

# **Eisenbahnvertrieb bzw. -marketing**

**Vorgelegt von  
Dipl.-Ökon. Haidar Maarof  
Aus  
Syrien**

**Von der Fakultät VII (Wirtschaft & Management)  
Der Technischen Universität Berlin  
Zur Erlangung des akademischen Grades  
Doktor der Wirtschaftswissenschaften  
(Dr. rer. oec.)  
Genehmigte Dissertation**

## **Promotionsausschuss:**

**Vorsitzender: Prof. Dr. Christian von Hirschhausen  
Berichter: Prof. Dr. Kay Mitusch  
Berichter: Prof. Dr.-Ing. habil. Jürgen Siegmann**

**Tag der Wissenschaftlichen Aussprache: 03. Februar 2010**

**Berlin 2010  
D 83**

## **Kurzfassung**

### **H. Maarof: „Eisenbahnvertrieb bzw. -marketing“**

Viele Länder erkannten die Bedeutung des Eisenbahntransports. Sie planten mit wissenschaftlichen Methoden, den zunehmenden Bedürfnissen unter Berücksichtigung der vorhandenen Möglichkeiten zu begegnen. In Entwicklungsländern wie Syrien besteht ein ständiger Bedarf an Institutionen mit höheren Planungsaufgaben des Eisenbahntransports. Diese haben die Aufgabe, die vorherrschenden Probleme des Eisenbahntransports wissenschaftlich zu analysieren und zu lösen, insbesondere die Marketing-Probleme. Während viele andere Länder eine wahre Revolution im Bereich des Eisenbahntransports erleben, ist der Eisenbahntransport in Syrien unfähig, zur Entwicklung der Volkswirtschaft aktiv beizutragen, und liegt besonders bei den Fahrgastzahlen unter dem gewünschten Niveau. Das verschafft ihr eine schlechte Ausgangslage im Vergleich zu konkurrierenden Landtransportmitteln und dem Luftverkehr. Der Wert dieser Forschung hebt sich dadurch hervor, dass sie einen wichtigen Sektor der Syrischen Volkswirtschaft betrachtet, über den bisher nur unausreichende Studien erschienen, und der die Aufmerksamkeit der Forscher in der Vergangenheit nicht anzog. Sie stellt ein reales Bild über den Zustand des Eisenbahntransports in Syrien dar. Sie beinhaltet eine Erklärung des Service-Konzepts, ihrer Eigenschaften und des Wertes der Verwendung eines speziellen Marketing-Mix, der zur Entwicklung des Eisenbahntransports beiträgt. Zudem werden die Marketing-Politik der Deutschen Bahn und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn untersucht.

In dieser Studie werden zwei grundlegende Verfahrensweisen verfolgt, die analytisch beschreibende und die statistisch übersichtliche Verfahrensweise. Wir verwendeten die analytische beschreibende Verfahrensweise durch eine Darstellung der Realität des Bahntransports in Syrien, Analyse der Daten und Errechnung von Prozentsätzen und Parametern, sowie die Analyse einiger Daten der Deutschen Bahn. Für die statistisch übersichtliche Verfahrensweise wurde eine Umfrage von 400 Angestellten der syrischen Eisenbahn durchgeführt, sowie einige persönliche Interviews mit Managern einiger Abteilungen und Passagieren. Nach der Analyse der Marketing-Probleme der Syrischen Eisenbahn und ihren Behandlungsverfahren, und der Untersuchung in der Vertriebspolitik der Deutschen Bahn und ihrer Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn, kann festgehalten werden, dass der Erfolg der Marketing-Politiken von dem technischen Zustand der Eisenbahnanlagen, der Kommunikationssysteme, der Kontrollen, der Züge, der Waggons, der Bahnhöfe und des Schienennetzes abhängt.

## **Summary**

### **H. Maarof: „Marketing activities in the rail transport industry “**

In many countries, the importance of the rail transport industry is increasing, and scientific methods are applied to increase the output and service quality of the rail industry. Furthermore, developing countries such as Syria need to redesign their institutional framework in order to be prepared for the future challenges in the rail sector. Hence, these institutions must be redesigned such that they can analyze the rail industry scientifically and find adequate ways to deal with these future challenges. One important element of a future strategy for rail service providers in developing countries is to improve their marketing activities. The success of optimized marketing activities can be observed in different countries. In Syria, marketing activities do not seem to be so successful and, for this reason, a great potential to improve the performance of rail service providers in this country by new and more intense marketing activities exists. These activities can also be useful to enhance the competitive position of rail service providers against the transport service providers in the road and air transport sector.

The contribution of the research provided in this thesis is to consider an important part of the Syrian industry that has not garnered much attention from other economists so far. Furthermore, this thesis provides a realistic picture of the current state of the Syrian rail industry, which is based on a questionnaire of 400 individuals, which include managers and employees, of the Syrian rail company and several personal interviews of managers and passengers. The thesis also describes marketing activities that are specifically designed to improve the performance of rail industries. As a practical example, the historical developments and current marketing activities of the German rail company (DB) are described and analyzed in great detail. Based on this example, lessons for the Syrian rail sector are derived. Altogether, I find that the technical standards of rail infrastructure facilities, communication systems, locomotives, cars, stations and railways are important determinants of the success of marketing strategies in the rail industry.

# Inhaltsverzeichnis

1	Einführung .....	10
2	Die Entwicklung der Deutschen und Syrischen Eisenbahn .....	15
	2.1 Ausblick der Entwicklung der Deutschen Eisenbahn .....	15
	2.1.1 Der Anfang der deutschen Reichsbahn .....	15
	2.1.2 Die Deutsche Reichsbahn von 1949 bis 1989 .....	19
	2.1.3 Die Deutsche Bundesbahn 1949 – 1989 .....	24
	2.1.4 Die Deutsche Eisenbahn nach dem Jahr 1989 .....	31
	2.2 Die Entwicklung der syrischen Eisenbahn .....	41
	2.2.1 Die Syrische Eisenbahn bis zum Jahr 1946 .....	41
	2.2.2 Syrische Eisenbahn nach dem Jahr 1946 .....	44
	2.2.3 Transportleistung , Fahrzeuge, Fahrweg- und Sicherungstechnik der syrischen Eisenbahn .....	46
3	Die Marketing-Probleme des Syrischen Eisenbahntransports und ihre ökonomische Behandlungsmöglichkeiten .....	48
	3.1 Marketing-Probleme der Syrischen Eisenbahn beim Personen- und Gütertransport.. .....	48
	3.1.1 Umfrage-Bewertung der Preise .....	51
	3.1.2 Umfrage-Bewertung der Werbung .....	59
	3.1.3 Umfrage-Bewertung der Reservierungs- und Reiseordnung .....	62
	3.1.4 Umfrage-Bewertung der Sicherheit, des Komforts und der Pünktlichkeit .....	65
	3.1.5 Umfrage-Bewertung der Konkurrenz .....	69
	3.1.6 Umfrage-Bewertung der Eigentumsform .....	74
	3.1.7 Umfrage-Bewertung der Gesetze und Verordnungen .....	74
	3.1.8 Abschließende Zusammenfassung der Umfrageergebnisse .....	75
	3.2 Mögliche wirtschaftliche Methoden zur Lösung der Marketing-Probleme beim Personen- und Gütertransport der Syrischen Eisenbahn .....	77
	3.2.1 Die Umwelt der Organisation: .....	80
	3.2.2 Marketing-Mix .....	84
	3.2.2.1 Die Dienstleistungen im Transportsektor .....	84
	3.2.2.2 Die Preisstellung .....	86
	3.2.2.2.1 Die Wahl der Preisstellungsziele .....	87
	3.2.2.2.2 Bestimmung der Besonderheiten auf den Zielmärkten .....	88

3.2.2.2.3 Analyse der Konkurrentenpreise.....	88
3.2.2.2.4 Bestimmung des Nachfragevolumens.....	88
3.2.2.3 Der Vertrieb .....	89
3.2.2.4 Absatzwege .....	93
4 Die Vertriebspolitik der Deutschen Bahn und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn .....	95
4.1 Passagiere Preissystem .....	95
4.1.1 Fern- und Nahverkehr.....	97
4.1.1.1 Produktklassen .....	97
4.1.1.2 Kombination von Produktklassen .....	98
4.1.1.3 Rabatte .....	98
4.1.1.3.1 Mitfahrrabatt .....	98
4.1.1.3.2 BahnCard .....	99
4.1.1.3.3 Aktions- und Sonderangebote .....	100
4.1.1.3.4 Grundwehr- und Zivildienstleistende: .....	103
4.1.2 Fernverkehr.....	103
4.1.2.1 Normalpreis.....	104
4.1.2.2 Sparpreise.....	104
4.1.3 Nahverkehr .....	106
4.1.3.1 Schöners-Wochenende-Ticket .....	106
4.1.3.2 Ländertickets.....	107
4.1.4 Europareisen .....	107
4.1.5 Nutzungsmöglichkeiten des Passagiere Preissystems der Deutschen Bahn für die Syrische Eisenbahn .....	108
4.2 Trassenpreissystem.....	108
4.2.1 Streckenkategorie .....	110
4.2.1.1 Fernstrecken.....	110
4.2.1.2 Zulaufstrecken.....	111
4.2.1.3 Strecken des Stadtschnellverkehrs .....	111
4.2.1.4 Streckenkategorien und Grundpreise .....	112
4.2.2 Trassenprodukt .....	112
4.2.2.1 Trassen für den Personenverkehr.....	112
4.2.2.2 Trassen für den Güterverkehr .....	114
4.2.2.3 Trassenprodukte und Faktoren.....	115



4.5.3 Nutzungsmöglichkeiten des Pünktlichkeitssystems der Deutschen Bahn für die Syrische Eisenbahn .....	145
5 Ergebnisse und Diskussion .....	146
6 Zusammenfassung.....	159
Endnoten.....	160
Literaturverzeichnis.....	173
Anhang .....	179
Danksagung .....	187

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Stromlinienlokomotive von Borsig auf den Weg zu ihrer ersten Probefahrt 1935. .....	19
Abbildung 2: TEE über Deutschland höchste Eisenbahnbrücke, IC auf Leinachtalbrücke 1988.....	31
Abbildung 3: DB ICE 822 im Frankfurt Flughafen Fernbahnhof, Februar 2009. ....	41
Abbildung 4: Das Syrische Eisenbahnnetz im gegenwärtigen Ausbauzustand. ....	44
Abbildung 5: Die Syrische Eisenbahn (der Hauptbahnhof in Latakia). ....	45
Abbildung 6: Die erste (links) und zweite (rechts) Klasse der Syrischen Eisenbahn. ....	47
Abbildung 7: Entwicklung des Syrischen Eisenbahnmittels vom 1998 bis 2005. ....	48
Abbildung 8: Preis-Leistungs- Verhältnis beim Personentransport. ....	54
Abbildung 9: Preis-Leistungs-Verhältnis beim Gütertransport . ....	55
Abbildung 10: Beförderungspreis beim Personentransport im Vergleich zum Straßenverkehr. .....	56
Abbildung 11: Beförderungspreis beim Gütertransport im Vergleich zum Straßenverkehr....	56
Abbildung 12: Service-Unterschied zwischen erster und zweiter Klasse. ....	57
Abbildung 13: Preisunterschied zwischen erster und zweiter Klasse. ....	57
Abbildung 14: Einfluss der Klassenaufteilung auf die Passagierzahlen. ....	58
Abbildung 15: Preis-Leistungs-Verhältnis der ersten Klasse. ....	59
Abbildung 16: Preis-Leistungs-Verhältnis der zweiten Klasse. ....	59
Abbildung 17: Reklameumfang. ....	60
Abbildung 18: Wahrheitswert der Reklame. ....	60
Abbildung 19: Reklameeffekt auf die Passagierzahlen. ....	61
Abbildung 20: Reklameeffekt auf die Gütermengen. ....	61
Abbildung 21: Zeitmäßigkeit des Reservierungssystems. ....	62
Abbildung 22: Verfügbarkeit ausreichender Reservierungsbüros. ....	62
Abbildung 23: Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln des Zubringerverkehrs zu den erreichenden Stadtzentren. ....	63
Abbildung 24: Verfügbarkeit ausreichender Bahnhöfe. ....	64
Abbildung 25: Vorhandensein ausreichender Einrichtungen in den Bahnhöfe. ....	64
Abbildung 26: Verlässlichkeit. ....	66
Abbildung 27: Verfügbarkeit eines Streckenüberwachungssystems. ....	66
Abbildung 28: Geschwindigkeit .....	67



Abbildung 29: Ausrichtung des Schienennetzes auf hohe Geschwindigkeit .....	67
Abbildung 30: Pünktlichkeit. ....	68
Abbildung 31: Komfort. ....	68
Abbildung 32: Bevorzugte Verkehrsmittel. ....	69
Abbildung 33: Konkurrenzfähigkeit der Syrischen Eisenbahn gegenüber Straßenverkehr.....	70
Abbildung 34: Preis-Konkurrenzfähigkeit im Personentransport. ....	71
Abbildung 35: Preis-Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport. ....	71
Abbildung 36: Service-Konkurrenzfähigkeit im Personentransport. ....	71
Abbildung 37: Service-Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport. ....	71
Abbildung 38: Sicherheits-Konkurrenzfähigkeit im Personentransport. ....	72
Abbildung 39: Sicherheits-Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport.....	72
Abbildung 40: Geschwindigkeits- Konkurrenzfähigkeit im Personentransport. ....	73
Abbildung 41: Geschwindigkeits- Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport.....	73
Abbildung 42: Eigentumsverhältnis.....	74
Abbildung 43: Effekte gesetzlicher Verordnungen auf die Entwicklung. ....	75
Abbildung 44: Züge ab 4 Minuten Verspätung im Jahr 2001- und 2007 nach der Arten, Angaben in Prozent. ....	141
Abbildung 45: Züge ab 4 Minuten Verspätung im Jahr 2001- und 2007 nach der Bahnhöfe, Angaben in Prozent. ....	142

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklung der Passagier Anzahl und Gütermenge im Zeitraum 1998-2005.....	49
Tabelle 2: Das monatliche Einkommen der Befragten. ....	51
Tabelle 3: Aufleitung den Gütertransport in Syrischen Eisenbahn nach die Sorte und gemäß der Güter-Lastwaggons. ....	53
Tabelle 4: Preise des Haupt- Gütertransports der Syrischen Eisenbahn. ....	53
Tabelle 5: Die Gründe für die Ablehnung der Angebote in der Eisenbahnstation der Stadt Latakia. ....	64
Tabelle 6: Das zahlenmäßige Verhältnis der Syrischen Eisenbahn- zu den Fahrzeugunfällen im Zeitraum von 1997 bis 2001. ....	73
Tabelle 7: Streckenkategorien, Grundpreise und Grundpreise mit Auslastungsfaktor. ....	112
Tabelle 8: Trassenprodukte und Faktoren. ....	115
Tabelle 9: Stornierungsentgelte.....	119
Tabelle 10: Trassenentgeltminderung. ....	120
Tabelle 11: Intermodale Anteile, verlagerungspotenziale und Marktanteile der Wettbewerber. .....	131

# 1 Einführung

Das 19. Jahrhundert war weltweit eine Blütezeit der Landwirtschaft, der Industrie und des Handels. Dieser Zustand erforderte eine erhöhte Aufmerksamkeit gegenüber der Beförderung. Bereitstellungen großer Einkunfts-Anteile zur Beschaffung und Verbesserung von Transportmitteln, -hilfsmitteln und -bedingungen waren die Folge.

Der Transport wurde ein ausgeprägtes Merkmal dieses Zeitalters und eine Lebensnotwendigkeit, auf die man nicht mehr verzichten konnte. Zweifellos ist der Landtransport als Transportform ein vertrautes Hauptelement zur Kennzeichnung und Bewertung von Landentwicklungen, insbesondere der Eisenbahntransport als bedeutende Landtransportform. Sie ist eine Grundlage zur schnellen wirtschaftlichen und soziologischen Belebung und Entwicklung; der Bau- und Entwicklungsprozess ist ohne sie kaum zu bewältigen.

Der Bahntransport trägt effektiv zur Wiederbelebung des Transports, des Geschäftsaustausches zwischen Städten, zur Entwicklung der Gebiete entlang der Bahnstrecke und folglich zur konsequenten Entwicklung der Volkswirtschaft bei. Der Bahntransport hat viele Vorteile, die ihm gegenüber konkurrierenden Landtransportformen auszeichnen. Zusätzlich hat der Bahntransport einen hohen Sicherheitsgrad, eine hohe Geschwindigkeit, und ist sehr sparsam. Der Transport von einer Tonne auf einer Strecke von einem Kilometer verbraucht etwa 48 Kalorien einer Diesellokomotive gegenüber etwa 240 Kalorien eines LKW. [1] Außerdem fährt die Eisenbahn unabhängig von klimatischen Bedingungen. Die Transportstrecken des Eisenbahnverkehrs sind häufig kürzer als die entsprechenden Transportstrecken für den Straßenverkehr, da für die Eisenbahn verkürzende Wege mittels Brücken und Tunneln zur Verfügung stehen. Das hat ökonomische Einsparungen zur Folge; die Reisezeiten verkürzen sich. Außerdem können Eisenbahnen große Lademengen und viele Passagiere gleichzeitig transportieren, was andere Landtransportmittel nicht können.

Viele Länder erkannten die Bedeutung des Eisenbahntransports. Sie planten mit wissenschaftlichen Methoden, den zunehmenden Bedürfnissen unter Berücksichtigung der vorhandenen Möglichkeiten zu begegnen. In Entwicklungsländern wie Syrien, besteht ein

ständiger Bedarf an Institutionen mit höheren Planungsaufgaben des Eisenbahntransports. Diese haben die Aufgabe, die vorherrschenden Probleme des Eisenbahntransports mit wissenschaftlich zu analysieren und zu lösen, insbesondere die Marketing-Probleme. Während viele andere Länder eine wahre Revolution im Bereich des Eisenbahntransports erleben, ist der Eisenbahntransport in Syrien unfähig, zur Entwicklung der Volkswirtschaft aktiv beizutragen und liegt besonders bei Fahrgastzahlen unter dem gewünschten Niveau. Das verschafft ihr eine schlechte Ausgangslage im Vergleich zu konkurrierenden Landtransportmittel, und dem Luftverkehr.

Diese Arbeit stellt eine Studie über den Eisenbahnvertrieb bzw. -marketing der Syrischen Eisenbahn dar, die in Einführung, drei Hauptkapitel, Ergebnisse und Diskussion und Zusammenfassung unterteilt ist:

- 1 Einführung
- 2 Die Entwicklung der Deutschen und Syrischen Eisenbahn.
- 3 Die Marketing-Probleme des syrischen Eisenbahntransports und ihre ökonomische Behandlungsmöglichkeiten
- 4 Die Marketing-Politik der Deutschen Bahn und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn.
- 5 Ergebnisse und Diskussion
- 6 Zusammenfassung

Ziel ist es, Resultate zu erreichen, die zur Entwicklung des Eisenbahntransportsektors in Syrien beitragen und es ihr ermöglichen, zum Wirtschaftswachstum und zur Entwicklung der Volkswirtschaft beizutragen.

### **1.1 Stellenwert der Forschung**

- Der Wert dieser Forschung hebt sich dadurch hervor, dass sie einen wichtigen Sektor der syrischen Volkswirtschaft betrachtet, über den bisher nur unausreichende Studien erschienen, und der die Aufmerksamkeit der Forscher in der Vergangenheit nicht anzog.
- Sie stellt ein reales Bild über den Zustand des Eisenbahntransports in Syrien dar.

- Erklärung des Service-Konzepts, ihrer Eigenschaften und des Wertes der Verwendung einer speziellen Marketing-Mix, die zur Entwicklung des Eisenbahntransports beiträgt.
- Zusätzlich die Untersuchung in der Marketing-Politik der Deutschen Bahn und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn.

## **1.2 Problemstellung der Forschung**

Die Problemstellung der Forschung ist die uneffektive Marketing-Politik der Syrischen Eisenbahn, begründet durch das niedrige technische Niveau der Syrischen Eisenbahn, die veralteten Lastwaggons und Lokomotiven, die niedrige Geschwindigkeit, das Sicherheitsniveau und die eingleisigen Netz. Hinzu kommt die abnehmende Bemühung des Bahnpersonals im Umgang mit dieser Problemstellung und ihr mangelndes Interesse am Service-Konzept und ihrer Eigenschaften, sowie der Mangel an Marketing-Methoden zur Erhöhung der Fähigkeit des Sektors, auf dem Markt konkurrenzfähig zu bleiben, weiterzuexistieren und finanzielle und ökonomische Einsparungen zu erzielen.

## **1.3 Ziel der Forschung**

Das Ziel der Forschung ist es, durch die Darstellung der Hauptprobleme des Eisenbahntransports in Syrien, insbesondere der Marketing-Probleme, ökonomische Lösungen zu diesen Problemen zu finden, und von den Erfahrungen in diesem Bereich weiterentwickelter Länder wie Deutschland zu profitieren. Das ermöglicht es der Generalorganisationsverwaltung der Syrischen Eisenbahn, die Transportdienstleistungen zu verbessern und die Kapazitäten des qualitativ notwendigen Niveaus zu erreichen.

## **1.4 Gemeinschaftsforschung**

Die Gemeinschaftsforschung ist begrenzt auf den Bahntransportsektor in Syrien, seine Arbeiter, Reisenden, Lokomotiven, Waggons und Eisenbahnanlagen (Schienen, Bahnhöfe und Signal-Anlagen usw.) zusätzlich zu einigen Transportaspekten der deutschen Bahn.

## **1.5 Stichprobe der Forschung**

Die Forschung schließt eine Stichprobe ein, die aus 400 Angestellten am Marketings-, Zug- und Bewegungs- und Passagier- und Gütertransport-Direktorat in der Generalorganisationsverwaltung der Syrischen Eisenbahn und an ihren Filialen in anderen Städten besteht. Hinzu kommen persönliche Interviews mit Managern einiger Abteilungen, welche die Erfahrung haben, realistische Auskünfte zu geben, sowie einige persönliche Interviews mit Passagieren vom Bahnhof Latakia Richtung Tartus, Damaskus und Aleppo.

## **1.6 Forschungsmethode**

In dieser Studie werden zwei grundlegende Verfahrensweisen verfolgt, die analytisch beschreibende und die statistisch übersichtliche Verfahrensweise. Wir verwendeten die analytische beschreibende Verfahrensweise durch eine Darstellung der Realität des Bahntransports in Syrien, Analyse der Daten und Errechnung von Prozentsätzen und Parametern, sowie die Analyse einiger Daten der Deutschen Bahn. Für die statistisch übersichtliche Verfahrensweise wurde eine Umfrage von 400 Angestellten der syrischen Eisenbahn durchgeführt, sowie einige persönliche Interviews mit Managern einiger Abteilungen und Passagieren.

## **1.7 Forschungsvariablen**

- Anzahl des Gesamtverkehrsmittels der Syrischen Eisenbahn; Waggons und Lokomotiven.
- Länge des Syrischen Eisenbahnnetzes.
- Dichte des Syrischen Eisenbahnnetzes im Verhältnis zur Landesfläche Syriens in Kilometer/1000 km<sup>2</sup> . [2]
- Die Korrelation r. [3]
  - $0 < r \leq 0,2$  sehr geringe Korrelation
  - $0,2 < r \leq 0,5$  geringe Korrelation
  - $0,5 < r \leq 0,7$  mittlere Korrelation
  - $0,7 < r \leq 0,9$  hohe Korrelation

$0,9 < r \leq 1$  sehr hohe Korrelation

- H0: Null-Hypothese, H1: Alternative Hypothese.

## 1.8 Vorherige Studien

In Syrien mangelt es an wissenschaftlichen Zentren, die auf die Vorbereitung von Studien und Forschungen spezialisiert sind, die darauf abzielen, die syrische Eisenbahn zu entwickeln und die Erfahrungen weiterentwickelter Ländern zu nutzen. Es liegen aber wissenschaftliche Forschungen vor, die von Studenten zur Erlangung wissenschaftlicher Grade, Magister- und Doktorgrade, durchgeführt wurden. Dazu zählen:

- Al-Ashkar, Feras. Marketingrolle zur Aktivierung Eisenbahn in Syrien. Tishreen Universitätsjournal für Studien und wissenschaftliche Forschung, ökonomische und gesetzliche Wissenschaft, Serien, Syrien 2005.
- Maarof, Haidar. Der binnenländische und ausländische Landtransport und die Steigerung seiner Aktivität im touristischen Marketing in Syrien. Magisterarbeit, Tishreen Universität, Syrien 2002.
- Maarof, Haidar. Der binnenländische und ausländische Landtransport und seine Absatzprobleme. Tishreen Universitätsjournal für Studien und wissenschaftliche Forschung, ökonomische und gesetzliche Wissenschaft, Serien, Syrien 2002.
- Muhammed, Rasha. Eine Untersuchung über die Rehabilitation und die Entwicklung der syrischen Eisenbahn. Magisterarbeit, Damaskus Universität, Syrien 2002.
- Kafi, Mustafa. Eisenbahn und ihre Rolle in der ökonomischen und Sozialentwicklung. Magisterarbeit, Aleppo Universität, Syrien 1997.
- Tlalini, Sameh. Vorträge auf Grundregeln der Eisenbahn. Aleppo, Syrien 1995.
- Einige Studien, die durch die generale Institution für syrische Eisenbahn vorbereitet sind. Aleppo, Syrien.

## **2 Die Entwicklung der Deutschen und Syrischen Eisenbahn**

### **2.1 Ausblick der Entwicklung der Deutschen Eisenbahn**

#### **2.1.1 Der Anfang der deutschen Reichsbahn**

In der Bevölkerung sorgten neue Technik, Modernität, Rationalität und Fortschritt, die man in der Eisenbahn verkörpert sah, für große Begeisterung. Jedes Jahr wurden neue Rekordzahlen von den Eisenbahnverwaltungen im Zeichen einer seit 1896 wieder in Gang gekommen und offenbar anhaltenden wirtschaftlichen Konjunktur bekannt gegeben. Das Streckennetz erreichte 1913, ein Jahr vor Ausbruch des ersten Weltkriegs, mit Ausnahme der Kleinbahn (immerhin über 10000 Kilometer) mehr als 63000 Kilometer mit einem Zuwachs seit 1895 um mehr als 17000 Kilometer. Das entsprach etwa dem Streckennetz, welches das Reich bei seiner Gründung insgesamt besessen hatte. Die Zahl der Personenkilometer verdreifachte sich im gleichen Zeitraum von knapp 14 Milliarden auf über 41 Milliarden; die Zahl der Tonnenkilometer stieg von rund 25 auf etwa 62 Milliarden [4]; 1996 waren es in dem um einiges kleineren Bundesgebiet 62,2 Milliarden Personenkilometer, nur 67,4 Milliarden Tonnenkilometer, und dies trotz des mittlerweile auf ein Sechsfaches gestiegenen Bruttosozialprodukts. Mit rund 210 Milliarden Tonnenkilometer hatte der Straßengüterverkehr den größten Teil übernommen.

Fortwährend dokumentiert vom Verein deutscher Verwaltung, wuchsen bis zum Ersten Weltkrieg im gleichen Maße der Wagenpark, die Zahl der Lokomotiven und der Umfang des Personals. Die zuständigen Ingenieure waren seit Jahrzehnten um die technische Vereinheitlichung und Normierung sowie die ständig Modernisierung des gesamten Eisenbahnwesens bemüht. Die Bahnhöfe wurden immer größer und prächtiger. Der 1880 fertig gestellte Anhalter Bahnhof wies als größter der Berliner Kopfbahnhöfe eine Hallenbreite von 60 Metern mit acht Gleisen auf. Der im Jahr 1887/88 den Verkehr übergeben neuer Hauptbahnhof von Frankfurt am Main besaß bereits über Halle 169 Meter Breite und über 18 Gleise. In der Ausschreibung für den Planungswettbewerb hieß es, „es gelte etwas Einzigartiges zu schaffen, gewissermaßen einen Typus für einen Zentralbahnhof festzustellen, der durch seine mächtigen Dimensionen bei weitem die bisher in Deutschland und wohl überhaupt ausgeführten Bahnhofsgebäude übertreffen soll“. [5 ]



Im Jahr 1915 stellte wiederum der fertiggestellte Leipziger Hauptbahnhof mit seinen 300 Metern Hallenbreite, sechs Schiften und 26 Gleisen den Frankfurter Bahnhof in den Schatten. In ähnlicher Form nahmen auch die Durchgangsbahnhöfe zu; von Köln (1884) mit 92 Meter Breite und acht Gleisen, über Dresden (1897) mit 122 Metern Breite und zwölf Gleisen, bis Hamburg (1906) mit 150 Metern Breite und zwölf Gleisen. Die Züge, die dort in allen Neuheiten, von den Reisenden lebhaft bestaunt, aus- und einliefen, wurden immer größer, bequemer und schneller. Die von der Firma George und Robert Stephenson in Newcastle-upon-Tyne gefertigte Lokomotive, die 1835 den ersten Personenzug in Deutschland auf der Strecke Nürnberg-Fürth gezogen hatte, war dabei durchschnittlich mit einer Geschwindigkeit von 25 bis 30 Stundenkilometer vorangekommen. Auf seiner schnellsten Fahrt erzielte er knapp 60 Stundenkilometer. Im Jahr 1903, 24 Jahre nachdem Siemens die erste elektrische Lokomotive in Deutschland gebaut hatte, erreichte ein Triebfahrzeuge mit Drehstromtechnik 210 Stundenkilometer; allerdings auf einer Militärversuchsstrecke zwischen Marienfelde und Zossen. 1906 in der Presse lebhaft kommentiert und gefeiert, stellte die von Maffei gebaute und vor einen 150 Tonnen D-Zug gespannte Schnellfahrlokomotive mit 154 Stundenkilometern einen „Weltrekord“ auf Normalstrecke auf. [6] Die laufende Temposteigerung rief allerdings auch kritische Stimmen zu Wort. Bei einem Test im Jahr 1904 stellte die Bahnverwaltung selber fest, dass das Fahrpersonal ein Tempo um 200 Stundenkilometer unmöglich auch nur kurzzeitig durchhalten könne, wie es auch der sozialdemokratisch Parteiführer August Bebel erwartete und im Interesse des Fortschritts für wünschenswert erklärte. „Unsere Zeit ist schon nervös und hastig genug. Man soll dem nicht durch immer größere Geschwindigkeiten noch Vorschub leisten“ [7], sagte 1898 eine führende Autorität auf dem Gebiet des Eisenbahnbaus. Im Jahr 1931 kommentierte ein Zeitgenosse die Auseinandersetzung zwischen der Eisenbahn und dem privatwirtschaftlich organisierten Kraftfahrtgewerbe „Jedenfalls bieten die Zustände im öffentlichen Verkehr heute dem Beschauer das Bild eines Kampfes aller gegen alle, dem die staatlichen Hoheitsbehörden hilflos gegenüberstehen und indem das Recht des stärkeren rücksichtslos zur Anwendung komme“. [8] Die Eisenbahn besaß fast 100 Jahre lang faktisch ein Monopol für die Landbeförderung. Erst die Entwicklung des Kraftfahrzeugs brachte der Bahn einer ernstzunehmenden Konkurrenz; sowohl im Personenverkehr als auch im Güterverkehr, der eine existentielle Bedeutung für die Ertragslage der Reichsbahn hatte.

Waren im Juni 1921 etwa 60000 Personenkraftwagen registriert - nur rund 5000 mehr als 1914 - stieg diese Zahl im Juli 1929 bis auf 433205. Auch die Zahl der Motorräder wuchs

von rund 26000 im Jahr 1921 auf über 600000 im Juli 1929. [9] Der Omnibuslinienverkehr entwickelte sich vor allem während der Ära der Reichspost; ihr Liniennetz vergrößerte sich von knapp 6000 Kilometer in den Jahren 1920/21 auf etwa 37000 Kilometer in den Jahren 1928/29. [10]

Auf rund 60000 Kilometer schätzte der Deutsche Industrie- und Handelstag 1930 das Liniennetz des gesamten Kraftverkehrs. [11] Diese Zahlen verdeutlichen den Vormarsch des Kraftfahrzeugs für den Personenverkehr.

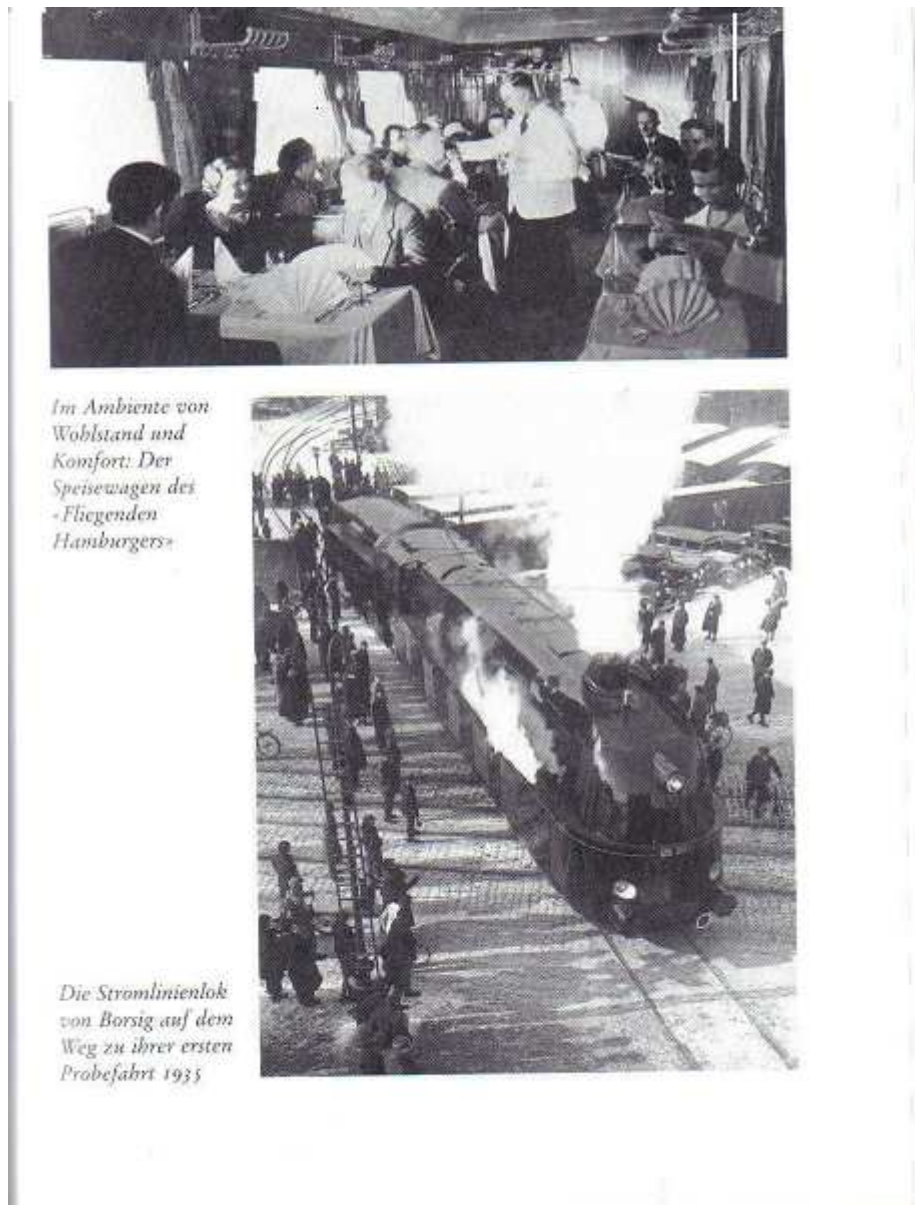
Im besonderen Maße nahm die Zahl der Lastkraftwagen zu. Laut Verkehrszählungen vervierfachte sich allein zwischen 1924/25 und 1932 der Straßenverkehr, wobei sich die Zahl der Lkw auf das achtfache erhöhte. [12] In den zwanziger Jahren wurde der Lkw immer zuverlässiger, schneller und bequemer, wozu einige technische Neuerungen beitrugen. Daimler hatte seit 1923 den ersten Diesel-Lkw im Angebot. [13] Elastikreifen und Reisenluftbereifung führten zu einer Erhöhung der Geschwindigkeit, was wiederum die Ingenieure dazu veranlasste, auch die Motorleistung zu steigern.

Der fortwährend an Bedeutung gewinnende Lkw-Verkehr erforderte zwingend eine gesetzliche Regelung. [14]

Am 24. Januar 1919 machte die erlassene Kraftfahrtlinienverordnung den Anfang. Sie machte die gegen Entgelt auf festgelegten Strecken durchgeführte Beförderung von Personen und Sachen konzessionspflichtig. Die Verordnung konnte aber nicht greifen, da die Regulierung sehr unscharf formuliert war. [15] Folglich richteten immer mehr Fuhrbetriebe parallel zu den verkehrsreichen und damit profitablen Eisenbahnstrecken Kraftwagenverkehre ein und machten damit der Eisenbahn Konkurrenz. Auf Seiten der Reichsbahn hatte man die Vorteile des Lkw zwar durchaus erkannt, die vom Lkw-Verkehr ausgehenden Gefahren zunächst jedoch unterschätzt, denn „die Eisenbahn war unumstritten der Verkehrsträger überhaupt, Symbol der Industrialisierung, Kapitalstark mit einer Monopolstellung; ein Koloss unter staatlichem Schutz, neben dem sich die einzelnen Fuhrunternehmen winzig und bedeutungslos ausmachten“. [16] Seit Mitte der zwanziger Jahre bestand kein Zweifel mehr, dass sich der Wettbewerb zu einem „ruinösen Konkurrenzkampf“ [17] zu entwickeln begann. Der Lkw war insbesondere auf kürzeren Strecken der Bahn gegenüber eindeutig im Vorteil, da beim Lkw-Transport kein mehrfachen Auf- und Umladens der Ware mehr notwendig war. Auch bei der Frage der Transportkosten arbeitete die Zeit gegen die Eisenbahn. Die Abwendung auch nur eines Teils der Verfrachter weg von der Bahn hin zum Lkw bedeutete

eine ernsthafte Bedrohung für den gesamten Eisenbahnbetrieb, da die Bahn insbesondere im Güterverkehr, Fahrzeugpark und Anlagen erhebliche Fixkosten verursachte.

Um der Herausforderung durch den Lkw zu begegnen, ergriff die Reichsbahn verschiedene Maßnahmen. Vor diesem Hintergrund sind auch die oben skizzierten Rationalisierungsmaßnahmen zu sehen. Zum Schutz vor der neuen Konkurrenz forderte die Eisenbahn Maßnahmen vom Gesetzgeber, wobei sie sich auf ihre enorme Bedeutung für die Volkswirtschaft berief. Sie bekämpfte den Lkw-Verkehr auch über den Preis. Seit 1927 entwickelte sie das System der so genannten K-Tarife. Sie wurden solchen Kunden gewährt, die entweder bereits zum Lkw-Transport übergegangen waren oder mit einem Umstieg drohten. Um wichtige Kunden zu halten, wurden diese Tarife teilweise unter den Selbstkosten festgesetzt. Die K-Tarife konnten das Anwachsen des Lkw-Verkehrs allerdings nicht verhindern.



**Abbildung 1: Stromlinienlokomotive von Borsig auf den Weg zu ihrer ersten Probefahrt 1935.**  
 Quelle: Gall, Lothar / Pohl, Manfred. Die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999.

### 2.1.2 Die Deutsche Reichsbahn von 1949 bis 1989

So wie DDR die Hauptlast der deutschen Reparationsleistung trug, hätte die Reichsbahn wie kein anderer Verkehrsbetrieb in Deutschland die Lasten der Reparationen tragen müssen; weniger die absolute Höhe der Demontageverluste als deren langfristige Auswirkungen auf die Betriebsführung behinderten die Entwicklung der Reichsbahn. Die verringerte Streckenkapazität wirkte sich in Zuge des wachsenden Transportvolumens ab 1949 als wachstumshemmender Faktor der Wirtschaft aus. Infolge der verringerten Streckenkapazität verlängerten sich die Fahrzeiten, was sich in einem erhöhten Bedarf an Loks, Lok- und

Zugpersonal, in einem verzögerten Wagenumlauf und in erhöhten Transportkosten niederschlug. Die Demontage von fast 4000 Kilometern des zweiten Streckengleises konnte bis zum Ende der DDR nie ganz ausgeglichen werden. Bis 1989 litt die Reichsbahn mit abnehmender Intensität unter den kapazitäts- und qualitätsmindernden Folgen der Demontage. Neben der Auswirkung auf die Leistungsfähigkeit des Gesamtnetzes sind auch die sekundären Folgen der Demontagen beachtenswert. Die Umstellung auf eingleisige Betriebsführung verminderte die Betriebssicherheit. Zudem wurde die eingleisige Hauptbahn enorm belastet. Erst ab 1960 hielt die Leistung der Gleisbaubetriebe mit dem Verschleißtempo schritt. Erhebliche Transportengpässe durch die Totaldemontage von Nebenbahnen entstanden in jenen ländlichen Regionen, die ohnehin nur über weitmaschiges Schienennetz verfügen. [18]

Verglichen mit den Demontagen wirkten sich die wertmäßig fast ebenso hohen Kriegsschäden an Brücken, Gleisanlagen und Hochbauten bei weitem nicht nachhaltig und langfristig auf die Betriebsführung aus.

Der Einsatz der meist modernen und leistungsfähigen Loks für die Besatzungsmacht entzog dem Binnenverkehr der Reichsbahn wichtige Transportkapazität für schwere Güterzüge und war wegen der langen Lokumläufe bis an die sowjetische Westgrenze auch unrationell.

Während die Bundesbahn auf dem Gebiet der amerikanischen und der britischen Zone zum Jahresende 1950 über 12600 Loks verfügte, umfasste der Gesamtpark der Reichsbahn 7200 Loks. Gemessen an der Netzlänge und an der Transportleistung schien die Reichsbahn nicht schlechter als die Bundesbahn ausgestattet zu sein. Doch in dieser Zahl waren etwa 400 leistungsschwache Schmalspurloks und knapp 400 Kolonnenloks enthalten. 2000 Loks mussten aufgrund schwerer Schäden abgestellt werden, so dass der Betriebspark der Reichsbahn nur etwa 4400 einsatzfähige Normalspurloks umfasste. Da sich Loks der Reichsbahn in Reparatur befanden und 480 Loks auf größere Instandsetzungsarbeiten warteten, reduzierte sich die Zahl der einsatzfähigen Loks auf 2900. Die Bundesbahn besaß hingegen mit 7900 einsatzfähigen Loks einen Fahrzeugpark mit ausreichenden Reserven für saisonale Verkehrsspitzen. [19]

Die Wirtschaft der DDR litt weitaus stärker als die Bundesdeutsche Wirtschaft unter den volkswirtschaftlichen Disproportionen, die aus der Teilung Deutschlands resultierten. Ohne Rücksicht auf Kosten und komparative Kostenvorteile waren die Reichsbahn und Zulieferindustrien des Eisenbahnwesens gezwungen, einen autarken Weg zu gehen.

Für die Reichsbahn endete die Phase des Wiederaufbaus erst, als die am stärksten belasteten Streckenabschnitte zweigleisig wiederhergestellt und die gravierendsten Engpässe beseitigt waren. Ein weiterer wichtiger Meilenstein des Wiederaufbaus war die Wiederherstellung der demontierten Anlage für den elektrischen Betrieb. 1963 war zugleich das Jahr, in dem Traktionsumstellung vom Dampf- auf Dieselmotortrieb mit dem Serienbau von Dieselloks und Dieseltreibwagen den ersten Durchbruch erzielt und damit die technologische Nachkriegsära eingeläutet wurde. Die Reichsbahn lag bei Umstellung von Dampfbetrieb auf Dieseltraktion im mittelschweren Personenzug- und Güterverkehr um sieben Jahre im leichten Personenverkehr auf Nebenstrecken sogar um zehn Jahre hinter der Bundesbahn zurück. Größer noch war der Rückstand bei der Streckenelektrifizierung. Angesichts der sehr hohen Streckenbelastung im mitteldeutschen Industriegebiet waren größere Kapazitätssteigerungen nur durch den zweigleisigen Wiederaufbau oder durch die Elektrifizierung möglich.

Da der Wiederaufbau für zweigleisigen Betrieb nur längerfristig realisierbar war, sollte die Elektrifizierung die Engpassleistung auf hochbelasteten Streckenabschnitten erhöhen. Eine Modernisierung der Signalanlage hätte mit geringerem Kapitalaufwand höhere Zugzahlen und damit eine intensivere Streckenausnutzung ermöglicht, ließ sich aber wegen Lieferschwierigkeiten der Signalbaubetriebe nur langsam verwirklichen. Die Reichsbahn hatte zwar die quantitativen Planvorgaben für die jährliche Transportleistung erfüllen können, aber die mengenmäßige Transportnachfrage zu Spitzenzeiten immer noch nicht gedeckt. Die Transportqualität blieb, gemessen an der Schnelligkeits-, Pünktlichkeits-, Sorgfalts-, und Komfortanforderungen, hinter den Erwartungen zurück und sollte dies selbst nach den optimistischen Planzielen des Siebenjahrplans auch noch bis über 1965 hinaus bleiben.

Der schlechte Streckenzustand mit zahlreichen langsamen Fahrstellen, Kapazitätsengpässen durch Eingleisigkeit und der Mangel an Schnellzugloks führten zu einem erheblichen Rückstand der Reisegeschwindigkeit im Vergleich zur Bundesbahn und zur Vorkriegszeit. Die hohe Zahl von Verspätungen durch Dampfangel ging bis 1960 zwar signifikant zurück, da die Lokbeheizung dank höherer Steinkohleimporte von Braunkohlebriketts auf Steinkohle umgestellt wurde. Dies führte zu höherer Pünktlichkeit, aber noch nicht zu einer generellen Beschleunigung des Zugverkehrs. Die durchschnittliche Reisegeschwindigkeit von D-Zügen, die im Sommer 1965 erst bei 64 km/h lag, überschritt auch im Winter 1965/66 nur in wenigen Zugverbindungen 60 km/h. Mit einer Durchschnittsgeschwindigkeit von 52 km/h bei Fernschnellzügen und 48 km/h bei den übrigen Schnellzügen lag die DDR auch hinter

weniger entwickelten Staaten wie Rumänien und Bulgarien zurück. Die ehrgeizige Zielsetzung des Siebenjahrplans von 1958, die Hauptverkehrsverbindungen Berlin-Erfurt, Berlin-Dresden, Berlin-Rostock und Berlin-Marienborn für eine Spitzengeschwindigkeit von 160 km/h auszubauen, erschien angesichts der geringen Gleisbaukapazität und der Probleme bei der Entwicklung schneller Dieselloks utopisch[20]. Nach dem provisorischen Abschluss des Wiederaufbaus, dem Abschluss des Teilungsprozesses und dem Eintritt in eine technologische Ära stellte sich die Frage nach der zukünftigen Rolle der Reichsbahn in einer modernen Industriegesellschaft. Die Bundesbahn hatte die Monopolstatus im Güter- und Personenverkehr bereits in den fünfziger Jahren verloren und musste den Konkurrenzbedingungen des Transportmarktes durch den Rückzug aus Geschäftsfeldern mit Kostennachteilen gegenüber dem Lkw-Verkehr Rechnung tragen. Hierzu gehörten vor allem der Güternahverkehr und die Verkehrsbedienung von Orten mit geringem Güteraufkommen, die eine Bedienung per Schiene wirtschaftlich nicht mehr rechtfertigten. In der DDR war die Zusammenarbeit und Konkurrenz zwischen der Reichsbahn, den volkseigenen Kraftverkehrsbetrieben und dem Verkehr der volkseigenen Betriebe seit Anfang der fünfziger Jahre durch die zentrale und regionale Transportplanung reguliert. Im Unterschied zur Marktwirtschaft organisierte nicht die Preis- und Leistungskonkurrenz, sondern der Plan die Verteilung der Transportleistung auf die Verkehrsträger. Während die Stilllegung unrentabler und verkehrsarmer Nebenstrecken der Bundesbahn ab 1960 an Tempo gewann, begann die Reichsbahn erst 1964 mit dem teilweisen Rückzug von Nebenbahnbetriebe im ländlichen Raum. Noch handelte es sich oft um Schmalspurstrecken, die in der Bundesrepublik bereits seit den fünfziger Jahren stillgelegt wurden. Der hohe Personalaufwand und das geringe Transportvolumen, die zu einer Kostendeckung von teilweise nur zehn Prozent führten, und die problemlose Verlagerung auf Lkw und Bus sprachen für die Stilllegung. Weitere Gründe lagen in der geringen Leistungsfähigkeit des technisch völlig überalterten Lok- und Wagenparks und im schlechten Erhaltungs- und Ausbauzustand der Strecken.

Durch die jahrzehntelange Vernachlässigung der Nebenstrecken waren 1969 auf 50 Prozent der normalspurigen Nebenbahnen nur Höchstgeschwindigkeiten von 30 km/h möglich, die es der Bahn nicht erlaubten, mit dem Kraftverkehr zu konkurrieren. In der öffentlichen Meinung wie auch im Urteil von Experten dominierte in der DDR die Auffassung, der Eisenbahnnahverkehr auf Nebenstrecken im ländlichen Raum habe als Relikt aus vorautomobiler Zeit überlebt und sei dem Bus in punkt Flexibilität, Geschwindigkeit und Wirtschaftlichkeit technisch unterlegen.

Das Stilllegungstempo folgte zunächst den Wünschen der Reichsbahn, die sich 1965/66 für eine Stilllegung von bis zu 2400 km Nebenstrecken aussprach. Bis zum Ende der Streckenstilllegung im Jahr 1980 hatte sich das Netz auf 14250 km vermindert. [21] Damit war es noch um 2000 km länger, als es die Ostdeutschland Verkehrswissenschaftler Anfang der siebziger Jahre für wirtschaftlich optimal erachtet hatte. Das Verkehrsministerium erklärte die Streckenstilllegungen Ende 1980 aus energiepolitischen Gründen für abgeschlossen.

Während die Eisenbahnpolitik bis 1979 noch unter dem Primat des Traktionswechsel und der Arbeitsleistung in Verkehrswesen gestand hatte, fand nach der zweiten Ölpreiskrise ein energiepolitischer Paradigmenwechsel in der Eisenpolitik statt. Das Ölsparen, erzwungen durch die veränderten Lieferbedingungen der Union der Sozialistischen Sowjetrepubliken (UDSSR), erforderte eine forcierte Elektrifizierung, die aus Gründen der Kapitaleinsparung bislang zurückstehen musste. Für die Reichsbahn kam dieser energiepolitische Paradigmenwechsel nicht überraschend. Bereits 1977 hatte die staatliche Plankommission dem Verkehrsministerium vorgegeben, dass der Dieserverbrauch ab 1985 sinken müsse. Das Entwicklungskonzept vom November 1977, das für 1981 bis 1990 die Elektrifizierung von insgesamt 1459 km Strecke und einen Anstieg des Elektrischen Traktionsanteile von 20 im Jahr 1980 auf 53 Prozent 1990 in Aussicht nahm, erwies sich nunmehr als energiepolitisch unausweichlich.

Weniger noch als früher war die Rentabilität ein vorrangiges Ziel staatlicher Transportpolitik. Durch die neue Gütertransport-Verordnung vom 10. Dezember 1981 erhielten die „Energiewirtschaftlichen Erfordernisse“ Vorrang vor anderen volkswirtschaftlichen Zielen. Die fast vollständige Verlagerung des Wagenladungsverkehrs auf die Bahn führte zu einer zusätzlichen Belastung der Reichsbahn mit arbeitsaufwendigen Güterverkehrszügen. Die Reichsbahn musste Wagenladungsfrachten ab 10 km übernehmen, sofern Absender und Empfänger über einen Gleisanschluss verfügten.

Die Politik der fast bedingungslosen Transportverlagerung auf die Schiene war auch ein Indiz für die zunehmend geringere ökonomische Konkurrenzfähigkeit der DDR gegenüber den westlichen Marktwirtschaften. So erhöhte sich der Aufwand für die Erwirtschaftung einer Valutamark (DM) von Beginn der siebziger Jahre bis 1989 von 2,10 DM auf 4,40 DM der DDR.



Im Personenverkehr wirkte sich die energiepolitische Wende der Verkehrspolitik weniger aus, da sich die individuellen Wahlmöglichkeiten mit zunehmender Motorisierung erhöhten. Während die Verkehrsleistungen des öffentlichen Busverkehrs und des Bahnverkehrs in den achtziger Jahren leicht anstiegen, wurde der nichtöffentliche Werkverkehr mit Bussen um ein Drittel reduziert. Der Zwang zur Treibstoffeinsparung führte zu einer organisatorischen Optimierung des Nahverkehrs, bei der die Einsparung von Fahrzeugkilometern Vorrang vor einer qualitativen Leistungsverbesserung genoss. Der volkseigene Kraftverkehr reduzierte den so genannten Parallelverkehr entlang den Reichsbahnstrecken, mit dem der Bus der Bahn bislang Fahrgäste abgeworben hatte. Die Bewältigung der zusätzlichen Transportaufgaben wurde durch verringerte Investitionen noch erschwert.

Hätte die Reichsbahn von 1976 bis 1980 10 Mrd. DM investieren können wurde ihre Investitionsmittel für den Fünfjahresplan 1981 -1985 nur auf 12,1 Mrd. DM erhöht, was sich real als Stagnation auswirkte. Die stagnierenden Investitionen erzwangen den Verzicht auf eine durchgreifende Modernisierung und Rationalisierung der Reichsbahn. Investitionen in der Streckenelektrifizierung gingen dem Ausbau für höhere Geschwindigkeiten ebenso vor, wie der Bau von Elektroloks gegenüber der Modernisierung des Wagenbestands Vorrang genoss.

Die deutsche Reichsbahn stand bei der Wiedervereinigung trotz der abgewirtschafteten Gleisanlage und des überalterten Wagenparks nicht mit leeren Händen da. Positiv schlugen sich neben den elektrischen Lokomotiven vor allem die 250000 gut ausgebildeten und motivierten Eisenbahnerinnen und Eisenbahner zu Buche, die in Durchschnitt gut zehn Jahre jünger als die überalterte Belegschaft der Bundesbahn wahrten. Das dichte Gleisnetz der Reichsbahn stellte zwar ein großes infrastrukturelles Kapital dar, war aber mit einem geschätzten Instandhaltungs- und Modernisierungsbedarf von 70 Mrd. DM mit einer großen finanziellen Hypothek belastet. [22]

### **2.1.3 Die Deutsche Bundesbahn 1949 – 1989**

Als Staatunternehmen wurde die Entwicklung der Bundesbahn in hohem Maße von politischen Weichenstellungen bestimmt, und Strukturen und Konjunkturen der deutschen Wirtschaft wirkten auf sie als den wichtigsten Anbieter von Transportleistungen unmittelbar

ein. Allerdings konnte die Bundesbahn mit der Erfolgsgeschichte der Bundesrepublik nicht mithalten. Deren wirtschaftliche Entwicklung war von Wachstum geprägt. Es flachte zwar unter konjunkturellen Schwankungen ab, doch zwischen 1949 und 1989 verfünffachte sich das Bruttosozialprodukt. Das wirtschaftliche Wachstum, das in den fünfziger Jahren rund acht Prozent betragen hatte, lag in den Achtzigern nun mehr bei etwa zwei Prozent. [23]

Bei dieser Entwicklung zur Dienstleistungsgesellschaft gehörte das Verkehrswesen zu den Gewinnern. Der Transport von Gütern und Personen nahm in Deutschland und Europa in der zweiten Jahrhunderthälfte mit atemberaubender Geschwindigkeit zu. Neue Verbindungen und neue Verkehrsmittel erhöhten die Mobilität, verkürzten die Reise- und Transportzeiten und ermöglichten es, neue Gewerbestandorte zu erschließen. Die trennende Kraft der räumlichen Entfernung verlor im Zeitalter von kraftstoff- und elektrisch betriebenen Fortbewegungsmitteln am Boden, auf dem Wasser und in der Luft an Bedeutung.

Im Übrigen war die Bundesbahn an einer großen Zahl von Unternehmen auf den Feldern des Güter- und Personenverkehrs, der Finanzierung, Werbung und der Zulieferung von Energie, Baumaterialien etc. beteiligt. Ihre Zahl und Zusammensetzung änderten sich naturgemäß mit der Zeit. Um ein Beispiel zu nennen, war die Bundesbahn an 36 Unternehmen unmittelbar beteiligt von den sechs hundertprozentigen Bahntöchtern seien hier erwähnt: Die Deutsche Verkehrs-Kredit-Bank AG in Berlin (50 Mio. DM Gesellschaftskapital seit 1958) war die Hausbank der Bahn. Sie hatte zahlreiche Filialen, erledigte die laufenden Bankgeschäfte und betreute das Frachtstundungsgeschäft im Güterverkehr, die Spedition Schenker & Co. GmbH in Berlin (40 Mio. DM Gesellschaftskapital), die TRANSFRACHT Deutsche Transportgesellschaft mbH für den Container- bzw. kombinierten Güterverkehr, Frankfurt am Main (1969 gegründet, 2 Mio. DM Gesellschaftskapital), die Deutsche Schlafwagen- und Speisewagen- Gesellschaft mbH (8 Mio. DM Gesellschaftskapital). Neben den Bahnhofsgaststätten betrieb sie die Gastronomie und Hotellerie in den Zügen und auf den Fährschiffen, in Hotels, Restaurants und Verkaufsstellen der Bahn und prägte so deren Erscheinungsbild.

Neben der Organisationsstruktur und der personellen Lage der Bundesbahn stand die finanzielle Situation im Zentrum von Reformbemühungen. Die Bahn konnte den Wiederaufbau der Anlagen, das Nachholen ausgebliebener Unterhaltungsarbeiten, die Versorgung der Reichsbahner und was andere Lasten mehr waren nicht aus den laufenden

Erträgen finanzieren. Sie musste sich hoch verschulden, so dass die notwendige Erneuerung, Modernisierung und Instandhaltung nicht im erforderlichen Umfang möglich waren. Deshalb standen in den fünfziger Jahren drei Aufgaben im Vordergrund: Erstens suchte die Bahn die „Altlasten“ in der Griff zu bekommen. Zum zweiten bemühte sie sich – eher defensiv –, die Konkurrenz des Kraftwagens abzuwehren. Damit verbunden strebte sie drittens danach, sich offensiv betriebswirtschaftlich und technisch zu modernisieren und dadurch ihre Attraktivität zu steigern.

Von Anfang an schrieb die Bundesbahn in der Gewinn- und Verlustrechnung rote Zahlen, hauptsächlich wegen der laufenden und ansteigenden Kreditlasten. Zwar erwirtschaftete sie 1951 im laufenden Betrieb noch einmal einen Gewinn, nicht zuletzt auf Grund von zwei Erhöhungen der Gütertarife. Doch 1952 war auch das Betriebsergebnis negativ und blieb es seither. 1955 standen, um dieses Jahr noch einmal zur Illustration heranzuziehen, den Erträgen im Personenverkehr 1,6 Mrd. DM und 3,7 Mrd. DM im Güterverkehr - zuzüglich sonstiger Erträge - insgesamt knapp 5,8 Mrd. DM Ausgaben von 6,2 Mrd. DM gegenüber. Der größte Posten waren die Löhne und Gehälter in Höhe von 2,5 Mrd. DM für die 486000 aktiven Eisenbahner sowie die Versorgungsbezüge von einer Milliarde DM für rund 300000 Ruheständler Eisenbahnerwitwen und -weisen. Die Sachausgaben für den laufenden Betrieb und den technischen Apparat betrugen jeweils rund eine Milliarde DM der seit der Währungsreform fortgeschriebene Verlust der Bahn erhöhte sich 1955 auf 1,5 Mrd. DM. Die Aktiva beliefen sich auf 32,9 und die Passiva auf 34,3 Mrd. DM. [24]

Die Voraussetzungen der Bahn waren nicht gut, der Konkurrenz des Kraftwagens zu begegnen. In der ersten Legislaturperiode wurde nicht nur die Bahn strukturiert, sondern auch die überkommene Verkehrsordnung reorganisiert, die den Hintergrund des Schiene-Straße-Konflikts bildete. Dies galt insbesondere für das Tarifwesen der Verkehrspolitik. Um die Abwanderung von der Schiene auf die Straße zu stoppen, war der Güterverkehr seit 1931 konzessionspflichtig und die Zahl der zugelassenen Lastkraftwagen beschränkt. Ferner waren die Lkw-Tarife auf einer Höhe von zehn Prozent oberhalb des Eisenbahngütertarifs fixiert worden.

Der Verkehrs- bzw. Gütertarif war das wichtigste, gleichwohl weitgehend unsichtbare Instrument der Verkehrspolitik, sei es, um die Marktstellung der Bahn zu erhalten, sei es, um

die gemeinwirtschaftlichen Ziele der Wirtschafts- oder Regionalförderung, der Rohstoffversorgung, allgemeinen Wohlfahrt oder Landesverteidigung durchzusetzen.

Im Grundsatz wurden mit Überschüssen aus dem leistungsstarken Bereichen, insbesondere dem Fernverkehr, Defizite in ertragsschwachen, aber politisch gewollten oder tolerierten Bereichen wie dem Personenverkehr intern ausgeglichen. Eine solche Tarifgestaltung nach dem Wert, nicht nach den Transportkosten war nur von der Monopolstellung der Bahn her denkbar. Der Deutsche Eisenbahngütertarif hatte sich aus einfachen Anfängen zu einem überaus komplizierten System entwickelt, das nach Entfernung, Menge und Güterwert gestaffelt war. Im Grundzug war der Normalgütertarif seit 1927 in sieben Wagenladungsklassen von A bis G nach dem Wert gestaffelt. Diese wurden bei einer Tarifreform 1958 zu fünf Klassen zusammengezogen. Ferner gab es Zuschläge für Sonderklassen, z.B. für Eilgut, für den Haus-zu-Haus-Verkehr sowie für Verkehr auf Bundesbahnnebenstrecken und auf nicht bundeseigenen Bahnen. Als Abwehrmaßnahme gegen den Lastkraftwagen wurden mehrfach die höheren Tarife abgesenkt und die unteren angehoben (1950, 1954 und 1958 von anfangs 49 % auf 61 %). Neben den Regeltarifen galten zahlreiche Ausnahmetarife, unter anderem für Kohle und landwirtschaftliche Erzeugnisse. Ende der fünfziger Jahre wirkte die Bundesbahn weit mehr als die Hälfte ihres Transportvolumens über Ausnahmetarif ab, bei den Bahnen anderer Staaten war es noch mehr.

Die Bahn hat bei größerer, der LKW bei kleiner Entfernung die günstigere Kostenstruktur. Der Schnittpunkt lag unter den Verkehrsbedingungen der fünfziger Jahre zwischen 100 und 150 km. Die Kraftfahrzeugsteuer für schwere LKW war seit 1938 stark ermäßigt, der Dieselmotorkraftstoff war gering besteuert. Der LKW zog seit der Währungsreform zunehmend höherwertige Transporte an sich; deren administrierte Tarife lagen über ihren Selbstkosten – ebenso wie über denen der Bahn, die damit freilich andere Transporte quersubventionierte, was der Lkw nicht tat. Die Bahn konnte ihr Leistungsangebot nicht reduzieren und geriet somit durch den fortschreitenden Rückgang der kostenüberdeckenden Transporte zwangsläufig immer tiefer in die Verlustzone und litt unter Überkapazitäten [25] Sie erlangte ein „Monopol der schlechten Risiken“ wie es der Finanzexperte Hilpertironisch formulierte. Der Lkw war attraktiver als die Bahn, weil er zum einen durch den Haus-zu-Haus-Verkehr flexibler war und weil er zum anderen die vorgeschriebenen Tarife nicht selten stillschweigend unterbot, was man kaum kontrollieren konnte.

Beim Personenverkehr war die Entfernungsstaffel nicht so kräftig ausgeprägt wie beim Güterverkehr. Die Ursache bestand offenbar in der Befürchtung, durch eine Entfernungsstaffel nicht so viel an neuer, elastischer Nachfrage in Langstrecken- bzw. Touristenverkehr gewinnen zu können, wie man dadurch womöglich im unelastischen Kurzstrecken- bzw. Berufsverkehr zu verlieren fürchtete. [26]

Neben der defensiven Politik gegenüber dem Kraftwagen versuchte die Bahn offensiv, mit Leistungsverbesserungen, ihre Attraktivität in dem Schiene-Straße-Konflikt zu erhöhen. Dazu gehörten die Elektrifizierung des Netzes, die Verkürzung der Reisezeiten und die Erhöhung des Komforts. Die Länge der elektrifizierten Strecken betrug 1950 erst rund 1500 km. Im gleichen Jahr beschloss man es auf 6000 km zu erweitern. Der Ausbau ging allerdings nur langsam vonstatten; er war sehr aufwendig und kostspielig. Die Bahn errichtete im Verbund mit dem öffentlichen Versorgungsnetz ein eigenes Stromnetz mit mehr als 100 Unterwerken, die den Strom im Abstand von 15 bis 60 km auf die Fahrdrabt-Spannung transformieren und in die Oberleitungen einspeisten. 1958 waren etwa 3000 km Strecke elektrifiziert, rund zehn Prozent des Streckennetzes, allerdings waren es die Verbindungen mit der höchsten Frequenz. Die Zahl der Dampfloks ging 1950/60 von rund 14000 auf 7250 zurück; der Dampfbetrieb deckte 1959 nur noch 60 Prozent der Kilometerleistung. Gleichzeitig stiegen die Zahl der Elektroloks von 439 auf gut 1000 und die der Dieselloks von 164 auf knapp 1000. Die forcierte Elektrifizierung ist ein Kennzeichen dafür, dass der Wiederaufbau zunehmend von Innovationen abgelöst wurde. [27]

Die Zahl der Beschäftigten war in einem lang anhaltenden Schrumpfungsprozess bis auf 393658 im Jahr 1969 gesunken. Seitdem stieg sie vier Jahre lang bis auf 429891 (1973) an und sank dann wieder. 1974 fand der erste Eisenbahnerstreik in der Bundesrepublik statt. Die Streikenden setzten eine Lohn- und Gehaltserhöhung von elf Prozent durch. 1980 kam es zu einem neuntägigen Arbeitskampf. Es war größte bis her, ausgelöst durch Einschränkungen im S-Bahn-Verkehr. 1982 hatte die Bundesbahn 332719 Mitarbeiter. Die Bemühungen, die Bundesbahn zu einem modernen Verkehrsunternehmen zu entwickeln, zielten auf Änderungen nicht nur der Betriebsorganisation und -Struktur, sondern auch der Mitarbeitermotivation und ihres Selbstverständnisses. Der Vorstand unternahm insbesondere seit den siebziger Jahren zahlreiche Anstrengungen, um die Mitarbeiter zu bewegen, „den Prozess der Abkehr von Verwaltungsdenken zum Managementdenken“ zu vollziehen.

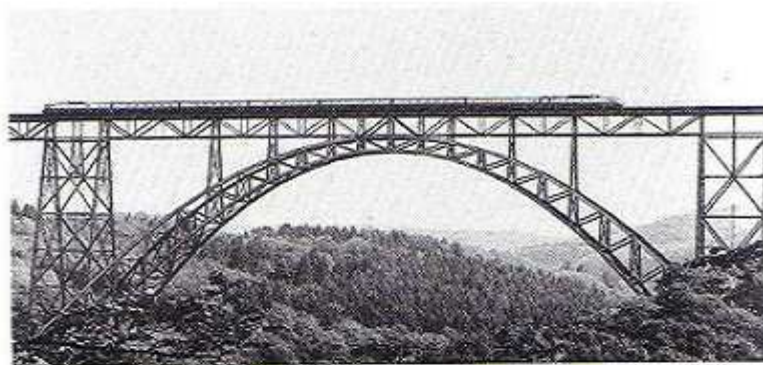
Der neue Bundesbahnvorstand, der im Unterschied zu seinen Vorgängern aus Leuten der Wirtschaft bestand, trieb die Entwicklung voran, indem er bereits 1983 Vorschläge für die rechtliche sowie für die betriebswirtschaftliche Neuordnung vorlegte. Zum einen konzipierte er eine Novelle zum Bundesbahngesetz. Sie sah vor, die Aufgaben von Bund und Bahn zu trennen, das Schienennetz auf den Bund zu übernehmen, den Verwaltungsrat in einen Aufsichtsrat wie bei einer Aktiengesellschaft umzugestalten und die Länderinteressen abzukoppeln. Zum anderen legte der Vorstand einen ehrgeizigen unternehmerischen Strategieplan („Strategie DB '90“) zur betriebswirtschaftlichen Stabilisierung bis zum Jahr 1990 vor. Die Bahn solle sich stärker auf den Markt einstellen, das Preis-Leistungsverhältnis verbessern und insbesondere die Arbeitsproduktivität steigern (real um 40 %) und den Personalaufwand erheblich senken (real 30 %). 7000 km Personen- und 5600 km Güterverkehrsstrecken sollten stillgelegt werden. 1983 legte Minister Dollinger Leitlinien der Bundesregierung zur Weiterentwicklung der Bahn vor, in denen er die betriebswirtschaftlichen Vorstellungen des Bahnvorstands aufgriff. Vom selben Jahr datiert ein Vorschlag der EG-Kommission, das Wegeproblem zu lösen: der Staat solle die Verantwortung für den Fahrweg behalten, die Bahn eine Wegeabgabe zahlen. Dieses Modell schien dem Vorstand geeignet, die Wettbewerbsfähigkeit herzustellen.

Des Weiteren legte die Bundesregierung ein Programm vor, das die Essenz ihrer verkehrspolitischen Ziele in den achtziger Jahren darstellte: die Bahn solle einen wesentlichen Teil des Verkehrs des europäischen Binnenmarktes bedienen und mit Neu-Ausbaustrecken zum europäischen Hochgeschwindigkeitsnetz beitragen; im Güterverkehr solle sie mit der privaten Wirtschaft insbesondere beim kombinierten Verkehr zwischen Schiene und Strasse kooperieren; an das Hochgeschwindigkeitsnetz sei der Güterverkehr über den kombinierten Ladeverkehr anzubinden, ferner der Personenverkehr „in der Fläche“ - jedoch nur soweit wirtschaftlich vertretbar - auf der Schiene. [28]

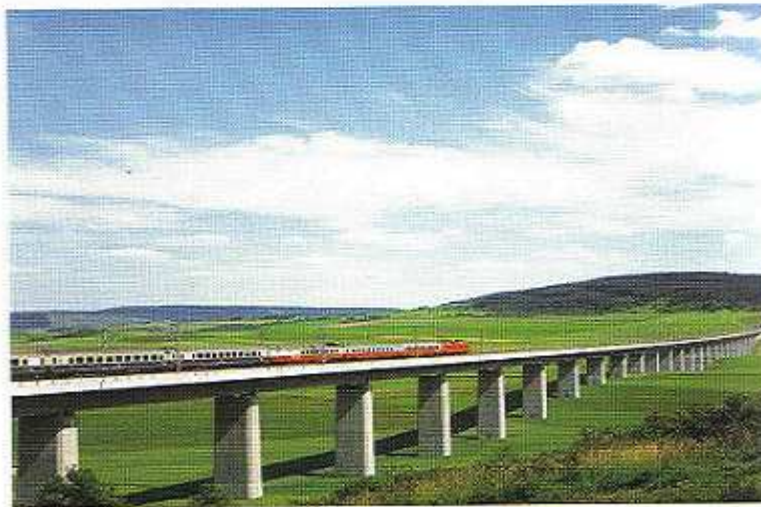
Der Trend der Investitionsanteile von Schiene und Strasse kehrte sich in den achtziger Jahren um. In den frühen Siebzigern waren nur 6,8 Prozent der Investitionsmittel im Haushalt des Bundesverkehrsministers für die Bahn, hingegen 61,8 Prozent für den Straßenbau ausgegeben worden. Doch im Bundesverkehrswegplan '80 wurden für die Bundesbahn 29,1 und für den Straßenbau 42,4 Prozent veranschlagt. Im Bundesverkehrswegplan '85 waren es dann für die Schiene 27,8 und für die Strasse 39,7 Prozent. In dieser Trendumkehr zeigte sich, dass der Ausbau des Straßennetzes eine gewisse Sättigung erreicht hatte.

Die Bahn reduzierte ihre Betriebsstrecken 1982/89 von 28238 km um rund 1200 km und führte die Elektrifizierung nur noch geringfügig weiter. Die Zahl der Beschäftigten sank von 332719 um rund 80000. Die Leistung bei der Personenbeförderung ging zurück, die Gütertransportleistung stieg an. Der Kombi- und der Huckepack-Verkehr weiteten sich in der ersten Hälfte der achtziger Jahre stark aus. Am gesamten Güterverkehr in der Bundesrepublik hatte die Bundesbahn 1989 einen Anteil von 21,7 Prozent, der Straßenverkehr von 55,8 die Binnenschifffahrt von 18,8 und Rohrfernleitungen von 3,4 Prozent.

Eine wichtige Innovation war die Entwicklung eines Hochgeschwindigkeitszugs, in Frankreich war dies schon 1977 mit dem Bau der Hochgeschwindigkeitszugstrasse Paris-Lyon in die Wege geleitet worden. Der Train à Grande Vitesse (TGV) hatte den fahrplanmäßigen Betrieb bereits 1981 aufgenommen und seither auf dem Weltmarkt guten Absatz gefunden; in Deutschland hingegen beschloss der neue Bahnvorstand erst 1982, den ICE zu entwickeln; die Bundesregierung stimmte 1984 zu. Der ICE wurde schließlich erst 1991 in Betrieb gestellt [29]; ein technologischer Rückstand, der versinnbildlicht, dass die Bundesbahn, wie es Oeftering betont hatte, hinter ihrem Potential zurückblieb, weil ihr die unternehmerischen Entwicklungsspielräume fehlten.



*Sonderfahrt mit einem TEE über Deutschlands höchste Eisenbahnbrücke, die das Wuppertal überspannt*



*IC auf der Leinachtalbrücke 1988*

**Abbildung 2: TEE über Deutschland höchste Eisenbahnbrücke, IC auf Leinachtalbrücke 1988.**  
 Quelle: Gall, Lothar / Pohl, Manfred. die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999.

#### 2.1.4 Die Deutsche Eisenbahn nach dem Jahr 1989

Zwischen der Eisenbahngeschichte und der politischen Geschichte Deutschlands besteht ein offenbar unauflöslicher Zusammenhang. In den Jahren 1989 bis 1994 sind zwei Vorgänge zusammengefallen und haben einen radikalen Umbau der überkommen Staatsbahnen bewirkt. Der erste dieser Vorgänge war die Wiedervereinigung der deutschen Eisenbahn, der zweite die Bahnreform. [30]



Schon Anfang Oktober 1989 beginnen in den Großstädten der DDR die Demonstrationen. Am 18. Oktober tritt Honecker zurück, am 9. November fällt die Berliner Mauer, und bereits am 20. November erörtert man im Bahnvorstand, wie der Massenansturm auf die innerdeutschen Züge bewältigt werden könnte. Trotz des Einsatzes von Sonderzügen sind diese teilweise zu 300 Prozent überfüllt. Damit kommt ein Geschichtsprozess in Gang, der in den später vielberufenen 329 Tagen zwischen dem 9. November 1989 und dem 3. Oktober 1990 zur Vereinigung der 40 Jahre lang getrennten deutschen Staaten führt, somit auch der Bundesbahn und Reichsbahn.

Bahnreform und Wiedervereinigung fallen somit beinahe zusammen. Denn bevor die Arbeit an der Bahnreform richtig in Schwung kommt, wird deutlich, dass der Bund künftig nicht bloß die tief in den roten Zahlen streckende Bundesbahn zu sanieren haben wird, sondern auch noch die marode Reichsbahn. So kommt es, dass die Regierungskommission der Bundesregierung als allererstes Ergebnis ihrer Beratungen nicht Eckwert zur Bahnreform vorlegt, das wird später folgen, sondern ein Zehnpunkte-Papier vom 30. Mai 1990. Dieses befasst sich allein mit der neuen Lage, die inzwischen nach dem Fall der Berliner Mauer eingetreten ist.

Der Stellungnahme liegt bereits die Prämisse zugrunde, dass die beiden Bahnen wieder in einem einzigen Gesamtstaat vereinigt werden. Dementsprechend ersucht die Kommission in etwas verklausulierter Formulierung implizit um Erweiterung ihres Auftrags: „Die Regierungskommission ist der Meinung, dass die politische Entwicklung in Deutschland nach dem 9. November 1989 erheblichen Einfluss auf die Arbeiten der Kommission hat, und damit Gegenstand dieser Arbeiten sein muss,, [31]

Empfohlen wird in dieser wichtigen Stellungnahme der Regierungskommission des Weiteren ein Sofortprogramm zur Verbesserung der Schieneninfrastruktur mit entsprechenden Baumaßnahmen in der DDR. Es solle zur Schließung der Lücken zwischen den künstlich getrennten Bahnsystemen führen. Benannt werden neun Strecken mit einem voraussichtlichen Investitionsaufwand von 1,7 Mrd. DM auf Seiten der Bundesbahn und 7 Mrd. DM für die Reichsbahn.

Die Ziele der Bahnstrukturreform ergeben sich aus der Entwicklung der deutschen

Eisenbahn vor 1994. Die Hauptziele der Bahnreform sind die Verkehrsverlagerung von der Straße zur Schiene und die klare Trennung von staatlich-hoheitlicher und unternehmerischer Verantwortung als verkehrspolitische Ziele, die Schaffung eines funktionsfähigen intramodalen Preis- und Qualitätswettbewerbs als ordnungspolitisches Ziel, die Effizienz und Rentabilität der DB AG / DR als unternehmerische Ziele und damit einhergehend die Begrenzung der finanziellen Belastungen des Bundeshaushalts durch die Bahn als finanz- und haushaltspolitisches Ziel.

Im Jahr 1994 wird zur Erreichung der Ziele eine Strukturreform eingeleitet, die verschiedene Maßnahmen umfasst.

Um die Unabhängigkeit der Geschäftsführung der Eisenbahnen von staatlichen und kommunalen Gebietskörperschaften sicherzustellen werden die beiden Sondervermögen DB AG und DR fusioniert und in einen öffentlich-hoheitlichen und einen privat-unternehmerischen Bereich aufgespalten.

Der unternehmerische Bereich wurde in eine Aktiengesellschaft mit dem Fahrweg, dem Personennah- und Personenfernverkehr sowie dem Güterverkehr als rechnerisch und organisatorisch getrennte Sparten der Deutschen Bahn AG (DB AG) transformiert. Der Bund ist seither der alleinige Anteilseigner. Damit wird verhindert, dass öffentliche Mittel für die Infrastruktur an die Transportsparten weiter gegeben und Regionalisierungsmittel außerhalb des SPNV verwendet werden.

Seitdem ist der öffentliche Bereich in das Bundeseisenbahnvermögen (BEV) und das Eisenbahnbundesamt (EBA) unterteilt. Das BEV übernimmt die Schulden- und Personalverwaltung sowie die Verwaltung aus der Bahn ausgegliederter Vermögenswerte bzw. Altlasten für alle Eisenbahnen. Das EBA übernimmt hoheitliche Aufsichts- und Zulassungsaufgaben.

Zur Trennung der öffentlichen und privat-unternehmerischen Aufgaben erfolgte eine Befreiung der Bahn von gemeinwirtschaftlichen Verpflichtungen. Diese Regelung schafft zum einen die Möglichkeit der privatwirtschaftlichen Unternehmensführung und ermöglicht dem Vorstand der Bahn, sich auf die Wirtschaftssteuerung des Unternehmens zu fokussieren.

Mit dem Erlass des Bundesschienenwegeausbaugesetzes (BSchwAG) werden auch die Verantwortlichkeiten für die Finanzierung von Infrastrukturinvestitionen neu geregelt. Nach §

8 BSchwAG soll der Bund die Neu-, Ausbau- und Ersatzinvestitionen in die Schienenwege finanzieren, wobei mindestens 20 % dem SPNV nach Abstimmung zwischen der DB AG und den jeweiligen Ländern zuzuweisen sind. Den Aufwand zur Unterhaltung und Instandhaltung trägt die DB AG in voller Höhe. Somit soll die DB AG von gemeinwirtschaftlichen Infrastrukturleistungen befreit werden. Die Stilllegung defizitärer Streckenabschnitte bedarf der Zustimmung des „Eisenbahnbundesamtes im Benehmen mit der zuständigen Landesbehörde“. Wird die Stilllegung abgelehnt, so sind die Kosten der Nichtstilllegung dem Eisenbahninfrastrukturunternehmen zu ersetzen.

Im Jahr 1996 erfolgte die Regionalisierung des Öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV), mit der die Verantwortung für den ÖPNV und insbesondere den SPNV auf die regionalen Gebietskörperschaften übertragen wurde. Seither erhalten die Bundesländer jährlich Finanzmittel aus dem Mineralölsteueraufkommen des Bundes, um Nahverkehrsleistungen einzukaufen. Nach § 7 RegG sind die Länder als Aufgabenträger primäre Finanzmittellempfänger und als Besteller dazu angehalten, mit den Mitteln „insbesondere den Schienenpersonennahverkehr zu finanzieren“. Basis für die Bemessung der Regionalisierungsmittel waren die für die Zugkilometer des SPNV des Fahrplans 1993/94 erforderlichen Finanzmittel. Im Jahr 1996 flossen 4,45 Mrd. Euro zuzüglich der Bundesfinanzhilfen nach dem Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz (GVFG) von ca. 3,22 Mrd. Euro. Ab 1997 wurde den Ländern jährlich ein erhöhter Betrag von ca. 6 Mrd. Euro zugewiesen, wobei im Gegenzug eine Absenkung der GVFG-Mittel auf 1,64 Mrd. Euro erfolgte. Die Bundeszahlungen unterlagen einer zunächst bis 2001 befristeten Dynamisierung auf Basis des Wachstums der Umsatzsteuereinnahmen. Seit 2002 wird den Ländern ein reduzierter Betrag von 6,75 Mrd. Euro p. a. zugewiesen, der sich ab 2003 um jährlich 1,5 % gemäß §§ 5,6 RegG in die Fall vom 26.6.2002 bis zum Jahr 2007 erhöht.

Der Zugang zum Schienennetz wird für die sogenannten Dritten Eisenbahnen geöffnet. Dazu gehören ausländische Bahnen, NE-Bahnen und internationale Eisenbahngruppierungen. Damit soll ein diskriminierungsfreier intramodaler Wettbewerb geschaffen werden. Der Netzzugang wird juristisch durch die Eisenbahninfrastrukturbenutzungsverordnung (EIBV) geregelt. Für die Zugang begehrenden Unternehmen sind auch die „Allgemeinen Bedingungen über die Nutzung der Eisenbahninfrastruktur der DB AG (ABN)“ relevant.

Um die DB AG von den inflexiblen und aufwandsintensiven Beamtenstrukturen zu befreien und sie in die Lage zu versetzen, ihre Personalpolitik nach betriebswirtschaftlichen Kriterien auszurichten, erfolgte eine Überleitung des überhängigen Personals. Dazu wurde der Beamtenstamm dienstrechtlich dem Bundeseisenbahnvermögen (BEV) zugewiesen, auf den die DB AG entsprechend ihrem Personalbedarf zu marktüblichen Gehältern zugreift

Zur finanziellen Sanierung wird die DB AG durch den Bund vollständig entschuldet: Nach einer vorangegangenen Übernahme der Schulden der DB AG in Höhe von 6,44 Mrd. Euro (1991) erfolgte zum 01. Januar 1994 eine weitere Schuldenübernahme in Höhe von 34,41 Mrd. Euro durch das Bundeseisenbahnvermögen. Hinzu kommt die Befreiung der DB AG von den Altlasten der ehemaligen DR durch den Bund, wie z. B. die Aufwendungen für die Beseitigung von Umweltbelastungen auf Grundstücken der ehemaligen DR.

Das Anlagevermögens der DB AG wird unterdessen drastisch korrigiert; von 51,8 Mrd. Euro auf nur noch 12,68 Mrd. Euro; somit deutlich stärker als von der Regierungskommission Bundesbahn vorgesehen. Das in der Eröffnungsbilanz ausgewiesene Eigenkapital beträgt insgesamt 5,88 Mrd. Euro (2,15 Mrd. Euro Grundkapital und 3,73 Mrd. Euro Kapitalrücklage; In einem gesetzlich vorgegebenen 2. Reformschritt erfolgt zum 01. Januar 1999 eine organisatorische Umgründung der DB AG in die heutige DB AG Holding mit den Konzerntöchtern DB Netz AG (Schienenwege), DB Regio AG (Personennahverkehr) und DB Reise & Touristik AG (Personenfernverkehr), DB Cargo AG (Güterverkehr) sowie DB Station & Service (Bahnhöfe), wobei die Dachgesellschaft als Management-Holding konzipiert wird. [32]

Die tiefgreifende Bahnreform hat dem Unternehmen neue Perspektiven eröffnet, das ist unbestritten. Doch der weitere Fortgang der Reform bleibt abzuwarten. 1997 verzeichnete die Deutsche Bahn AG ein Finanzergebnis von 246 Mio. DM. Für einen Wirtschaftsgiganten mit einem Umsatz von 30,5 Mrd. DM, mit 230000 Beschäftigten und einem Investitionsvolumen von 12,7 Mrd. DM ist dies freilich ein vergleichsweise bescheidenes Ergebnis. Aber immerhin war die Deutsche Bahn damit nun schon im vierten Jahr nicht mehr defizitär. Im Jahr 1990 hätte niemand zu hoffen gewagt, dass die Deutsche Bundesbahn und die Deutsche Reichsbahn schon 1994 mit 180 Mio. DM wieder schwarze Zahlen schreiben würden. Des Weiteren sind die Investitionen in die Bahn wesentlich erhöht worden. Das ist eine Grundvoraussetzung für eine Renaissance dieses Unternehmens. Allein bis zum Jahr 1997

konnten in den Neubau von Strecken, Anlagen und Fahrzeugen 41 Mrd. DM investiert werden. Weitere 81 Mrd. DM sind geplant.

Am wichtigsten ist wahrscheinlich der andere Aspekt. Die Bahn ist seit Beginn des Reformprozesses sichtlich modernisiert. Die Bahnhöfe werden attraktiver, die Züge insgesamt moderner und schneller, die Service freundlicher. Das allgemeine Image ist nicht mehr das eines maroden Staatsunternehmens. Als im Mai 1997 der Wechsel von Dürr zu Johannes Ludwig, zuvor Staatssekretär im Bundeswirtschaftsministerium, erfolgte, konnte Dürr verkünden, die Bahn habe in den drei Jahren Bahnreform ihre Verkehrsleistungen um 10 Prozent erhöht und die Zahl der Fahrgäste sei um 16 Prozent gestiegen. Gemessen an der Fortschreibung der Bahn als Behörde seien 16 Mrd. DM eingespart worden. Das war noch nicht sensationell, aber doch mehr als 1990 jemand zu hoffen gewagt hatte. [33]

In weiterer historischer Perspektive befindet sich die Bahn in einem unterschiedlichen Zwischenzustand. Eine Rückkehr zu voll privatwirtschaftlichen Formen, wie im 19. Jahrhundert teilweise bestand, ist ausgeschlossen. Die politische Demokratie erzwingt zumindest im Nahverkehrsbereich gemeinwirtschaftliche Rücksichtnahme. Außerdem müssen die Altlasten der Staatsbahnen aus dem so genannten kurzen 20. Jahrhundert noch abgetragen werden. Dieses kurze 20. Jahrhundert umfasste für die Bahn die Periode von 1914 bis 1993.

Doch auch die Geschichte der Staatsbahn alten Stils ist zu Ende. Diese hat sich zunehmend als unwirtschaftlich, wenig kundenfreundlich und im Wettbewerb mit Straße und Luftverkehr als nicht konkurrenzfähig erwiesen. Die Bahnreform der Jahre 1990 bis 1993 war somit ein Versuch, ein Mischsystem zu schaffen Gemeineigentum, aber als marktwirtschaftliches Großunternehmen geführt; Kostenorientierung, doch mit immer noch starken Residuen der Gemeinwirtschaft. Welche dieser Elemente sich langfristig durchsetzen, ist offen. Denn die Neustrukturierung der Bahn steckt immer noch in der ersten Phase.

Die Politik und eine breitere Öffentlichkeit in der Bundesrepublik Deutschland blieben davon nicht unbeeindruckt. Doch viele Gegebenheiten wirkten darauf hin, dass sich die Bereitschaft nur gedämpft entfalten konnte, Staatsbetriebe wie die Bundespost oder die Bundesbahn konsequent marktwirtschaftlich zu organisieren. Die Reform der Deutschen Bundesbahn war einer der Bereiche, in denen eine Reform spät, aber immerhin vergleichsweise konsequent durchgeführt wurde. Ohne den Druck der Defizite, ohne die dramatische Belastung durch das Erbe der Reichsbahn, aber auch ohne eine besonders günstige personelle Konstellation wäre sie kaum zustande gekommen.

Dennoch bekundet diese vorerst durchaus geglückte Reform auch die Bedingungen und die Grenzen deutschen Reformwillens. Mehr als prekäre Mischformen sind nicht möglich. Wenn zeitweilig gestaltungsfähige, eigenwillige und politisch versierte Unternehmer an die Spitze gelangen, können die unternehmerischen Umstrukturierungen vorankommen. Doch Politik, Gewerkschaften und Staatsbürokratien lassen sich nie definitiv aus den Stellwerken verdrängen. Die Deutsche Bahn AG fährt zwar derzeit auf eher marktwirtschaftlicher Schiene, doch niemand hat es seit den Reformen gewagt, die Kompromisse der Jahre 1992/93 in Frage zu stellen. Ob der Impuls aber anhält, wie definitiv und wie schnell die Fahrt zur Teilprivatisierung, somit zur echten Wettbewerbsfähigkeit am Markt verlaufen wird, ist noch nicht sicher erkennbar. Diese Unsicherheit über ihre marktwirtschaftliche Zukunft teilt die Deutsche Bahn AG aber letzten Endes mit ihrem Alleinaktionär: der Bundesrepublik Deutschland.

Die Deutsche Bahn AG zieht zehn Jahre nach der Gründung der Aktiengesellschaft eine positive Zwischenbilanz. Sie hat unternehmerische Strukturen geschaffen und mit konsequentem Rationalisierungskurs ihre Produktivität um mehr als 150 Prozent gesteigert. Verglichen mit einem Zustand ohne Bahnreform wurde der Bundeshaushalt seit 1994 um rund 108 Milliarden Euro entlastet. Gleichzeitig hat die Bahn Milliardeninvestitionen in Schienennetz, Bahnhöfen und Fahrzeugen vorgenommen. Im Personenverkehr hat die Bahn ihren Anteil am Verkehrsmarkt leicht gesteigert, im Güterverkehr nimmt sie wieder am Wachstum des Güterverkehrsmarktes teil.

Seit Beginn der Bahnreform verfügt der Deutsche Bahn-Konzern über ein transparentes und klar strukturiertes Geschäftsportfolio. Aus Geschäftsaktivitäten, die nicht zum unmittelbaren Kerngeschäft gehörten oder in denen der Deutsche Bahn-Konzern keine führende Wettbewerbsposition erreichen konnte, hat sich die Bahn konsequent zurückgezogen. Im Gegenzug hat der Deutsche Bahn-Konzern seine Wettbewerbsfähigkeit über das interne Wachstum hinaus auch durch Joint Ventures, Kooperationsabkommen oder Akquisitionen gestärkt. Ziel ist die Stärkung des Kerngeschäfts mit Orientierung am internationalen Markt und im zunehmenden Wettbewerb.

2001 hat die Bahn eine Beschleunigung ihrer Investitions- und Modernisierungsanstrengungen beschlossen. Dazu wurden bewusst – und in Abstimmung mit

dem Anteilseigner – negative betriebliche Ergebnisse nach Zinsen in den Geschäftsjahren 2001 bis 2003 in Kauf genommen. Der Deutsche Bahn-Konzern befindet sich hier auf Kurs, obwohl Markt- und Umfeldbedingungen sich gegenüber den ursprünglichen Erwartungen verschlechtert haben. Für das Geschäftsjahr 2003 ist eine deutliche Verringerung des operativen Verlusts angekündigt, im Geschäftsjahr 2004 wird die Rückkehr in die Gewinnzone erfolgen. Diesen Kurs wird der Deutsche Bahn-Konzern auch in den nächsten Jahren fortsetzen. Die Fortschritte sind dabei sowohl für den Deutsche Bahn-Konzern insgesamt sowie über die Darstellung für die einzelnen Unternehmensbereiche möglich. Derzeit führt der Deutsche Bahn-Konzern sein Geschäft über fünf Unternehmensbereiche.

Die Deutsche Bahn stellt den Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) Trassen, Anlagen sowie Fahrpläne zur Verfügung und führt den Betrieb auf dem rund 36.000 Kilometer langen Schienennetz der Deutschen Bahn. Daneben ist die Deutsche Bahn für die Instandhaltung und Instandsetzung vorhandener Anlagen sowie den Neu- und Ausbau von Strecken verantwortlich.

Die Infrastruktur des Fahrweges besteht aus Gleisen und Weichen, der elektrischen Oberleitung, Signalen, Stellwerken, technischen Anlagen zur Zugsicherung sowie Bauwerken wie Brücken und Tunnel. Derzeit nutzen rund 280 in Deutschland zugelassene Eisenbahnverkehrsunternehmen – darunter 20 Unternehmen des Deutsche Bahn-Konzerns – diese Infrastruktur. Für alle Unternehmen gelten die gleichen Zugangsbedingungen. Grundlage ist ein Trassenpreissystem, das aus verschiedenen Faktoren die Nutzungsentgelte für die Schieneninfrastruktur festlegt. Die Trassenpreise sind für alle Eisenbahnverkehrsunternehmen gleich.

Neben den Investitionen in die Infrastruktur konnte durch Investitionen in neue Fahrzeuge der Personenverkehr der Bahn erheblich attraktiver gestaltet werden. Kürzere Fahrzeiten und schnellere Züge mit hohem Komfort zeichnen die Bahn zehn Jahre nach Beginn der Bahnreform aus.

Im Hochgeschwindigkeitsverkehr bietet die Deutsche Bahn dem Fahrgast heute Züge, die bis zu 300 Kilometer pro Stunde schnell sind und auch auf internationalen Verbindungen nach Amsterdam und Brüssel zum Einsatz kommen. Im Hinblick auf Komfort und Reisezeit

verbessert die Bahn so ihre Wettbewerbssituation gegenüber dem Auto wie auch dem Flugzeug.

Im Fernverkehr wird der Wagenpark bis 2006 fast vollständig erneuert sein. Neben dem Erwerb weiterer ICE-Züge modernisiert die Bahn zurzeit ihre IC-Flotte. Im Nahverkehr investiert die Bahn von 2003 bis 2006 rund 4,3 Milliarden Euro in neue Nahverkehrsfahrzeuge und senkt damit das Durchschnittsalter des Fahrzeugparks auf unter 15 Jahre.

Der gemeinsam mit den Bestellern betriebene Ausbau der Nahverkehrsleistung führte zu attraktiven, neuen Angeboten und damit zu mehr Fahrgästen auf der Schiene. Insgesamt stieg der Anteil der Schiene am Verkehrsmarkt seit Beginn der Bahnreform von 6,3 Prozent auf rund neun Prozent im Jahr 2003. Die Verkehrsleistung der Deutschen Bahn stieg seit 1993 von 62,7 Milliarden Personenkilometer um 11 Prozent auf derzeit rund 69 Milliarden Personenkilometer. Täglich nutzen rund 4,5 Millionen Fahrgäste das Angebot des Unternehmens.

In den kommenden Jahren wird die Harmonisierung der europäischen Fernverkehre weiter vorangetrieben, um Standards nationaler Verkehre auch in ganz Europa anbieten zu können. Gleichzeitig trägt der Anschluss von großen Flughäfen an das Fernverkehrsnetz zu einer weiteren Vernetzung der Verkehrsträger bei. In Kooperation mit Fluggesellschaften werden integrierte Angebote entwickelt und so vor allem Zubringerverkehre von der Luft auf die Schiene verlagert. ICE-Verbindungen werden die Reisezeiten innerhalb Deutschlands weiter reduzieren und attraktive Angebote schaffen, die im Wettbewerb mit Flugzeug und Auto bestehen können. Dazu beitragen wird der weitere Ausbau der „Reisekette von Haus zu Haus“ durch innovative Angebote rund um die Bahnfahrten. Die Weiterentwicklung der Mobilitätskette von Haus zu Haus macht die Bahn zum führenden Mobilitätsdienstleister.

Seit Oktober 2003 arbeitet der umgestaltete Unternehmensbereich Personenverkehr in neuer Struktur. Er besteht aus den drei Geschäftsfeldern Fernverkehr, Region und Stadtverkehr. Auf dem im Bereich Transport und Logistik sehr viel schwierigeren Güterverkehrsmarkt konnte sich die Bahn vor allem seit 1999 gegenüber der zunehmenden privaten Konkurrenz gut behaupten. Die Verkehrsleistung im Schienengüterverkehr lag 1993 bei 64,5 Milliarden Tonnenkilometern. Zwar konnte die Bahn nicht mit den Marktanteilen des Straßenverkehrs



mitwachsen, doch liegt die Verkehrsleistung der Railion-Gruppe im Jahr 2002 bei 78,5 Milliarden Tonnenkilometern und damit um rund 21 Prozent höher.

Nach konsequenten Rationalisierungsmaßnahmen konsolidiert sich der Güterverkehr der Bahn nun und beginnt, neue Märkte zu erschließen. Seit September 2003 firmiert der ursprünglich als Deutsche Bahn Cargo aus dem Konzern gegründete Güterverkehr unter dem Namen Railion und ist Teil des durch die hundertprozentige Deutsche Bahn -Tochter Stinnes AG geführten Unternehmensbereiches Transport und Logistik.

Die rund 5.600 Bahnhöfe sind das Eingangstor zum System Bahn und die Visitenkarte des Unternehmens, aber auch der Städte. Deshalb hat die Bahn seit 1994 über zwei Milliarden Euro in ihre Stationen investiert. Schließlich sollen sich die jährlich 1,7 Milliarden Reisenden und 2,4 Milliarden Besucher wohl fühlen. Viele Bahnhöfe wurden zu modernen Verkehrsstationen und Dienstleistungszentren ausgebaut und erlauben eine gute Vermarktung. Außerdem sind die Bahnhöfe ein zentrales Glied in der Reisekette. Ein hoher Stellenwert wird der Verknüpfung der Verkehrsmittel für einen komfortablen Reiseablauf eingeräumt. Entsprechend wurden Projekte wie der Flughafenbahnhof Frankfurt/Main entwickelt, wo seit Mai 1999 Schienenfern- und Luftverkehr optimal miteinander verknüpft sind. 2004 wird mit dem neuen Flughafenbahnhof Köln-Bonn der bundesweit zehnte Flughafen direkt an das Netz der Deutschen Bahn AG angeschlossen.

Bundesweit sorgen 3.300 Mitarbeiter in den Bereichen Service, Sicherheit und Sauberkeit im Rahmen des 3-S-Programms für das Erscheinungsbild der Bahnhöfe. Ordnungspartnerschaften mit Städten, der Polizei und dem Bundesgrenzschutz (BGS) machen die Bahnhöfe zu sicheren Orten. In einem besonderen Programm wurden seit 2002 bundesweit 63 Stationen zu rauchfreien Bahnhöfen erklärt und entsprechend ausgestattet, weitere folgen. Schritt für Schritt werden die Bahnhöfe so zu attraktiven Standorten in meist stadtnaher Lage. [34]



**Abbildung 3: DB ICE 822 im Frankfurt Flughafen Fernbahnhof, Februar 2009.**  
**Quelle: <http://www.railpictures.net/images/d1/6/6/9/4669.1234447539.jpg>.**

## **2.2 Die Entwicklung der syrischen Eisenbahn**

### **2.2.1 Die Syrische Eisenbahn bis zum Jahr 1946**

Syrien erstreckt sich über eine Fläche von 185.180 km<sup>2</sup>. Es grenzt im Norden an Türkei, im Osten an Irak, im Süden an Jordanien sowie im Westen an Libanon und erreicht mit einem Küstenstreifen von 183 km Länge die Ostküste des Mittelmeers. Heute leben mehr als 22 Mill. Einwohner in Syrien.

Syrien war Brücke zwischen Orient und Okzident und bildete das Forum vieler Völker. Hier trafen im Altertum die alten Großmächte Ägypten, Babylonien sowie die Reiche des alten Orients aufeinander.

In den letzten Jahren des 19. Jahrhunderts war das Osmanische Reich an einer schnellen Verbindung zwischen Istanbul, der Hauptstadt des damaligen Reiches, und den Ländern, die unter seiner Herrschaft waren, interessiert, um einerseits Soldaten und Truppen schneller zu den verschiedenen Regionen transportieren zu können und um andererseits Pilger komfortabler nach Mekka zu bringen.

Das Osmanische Reich pflegte zu dieser Zeit sehr enge Beziehungen zum Kaiserlichen Deutschland; somit bekam Deutschland den Auftrag, eine Eisenbahnlinie von Istanbul nach Bagdad und schließlich über Aleppo nach Al-Basrah im Irak zu bauen. Diese Linie sollte später nach Bombay in Indien weitergebaut werden. Sie wurde deshalb Berlin-Bagdad-Bombay-Linie genannt und sollte als Konkurrenz zum Suez-Kanal fungieren. Sie wurde auf syrischem Gebiet aber nie vollständig realisiert.

Die erste Syrische Eisenbahnstrecke war eine Schmalspurstrecke der Spurweite 1050 mm. Der erste Abschnitt führte von Beirut über Damaskus nach Bosra Alcham an der syrischen Südgrenze. Sie hatte das Ziel, den Weizen aus der Region Horan besser vermarkten zu können und wurde im Jahre 1896 in Betrieb genommen. Der zweite Abschnitt erweiterte die Strecke nach Amman und in den Hijaz. Der dritte Abschnitt nach Medina Al-Monawarah ging im Jahr 1911 in Betrieb. Seitdem ist die Strecke unter der Bezeichnung „Al-Hijaz-Bahn“ bekannt. Im Jahr 1902 entstand die erste Syrische Eisenbahnstrecke in Regelspur (1435 mm) zwischen Aleppo und Midan Ekbas an der türkischen Grenze. Dafür wurden zwei große Bahnhöfe mit repräsentativen Empfangsgebäuden gebaut. Der Bahnhof in Aleppo heißt bis heute „Bagdad-Bahnhof“ und wurde 1993 vollständig renoviert. Der Grenzbahnhof in Midan Ekbas ist in seinem ursprünglichen Zustand bis heute erhalten geblieben. Die größte Brücke der Strecke ist die „Hara-Dara-Brücke“, eine 305 m lange Stahlfachwerkbrücke, geplant und ausgeführt von deutschen Ingenieuren im Jahr 1902.

Im Jahr 1906 entstand eine weitere Regelspurstrecke zwischen den Städten Aleppo und Hama. Sie wurde von den Franzosen projektiert, gebaut und durch eine eigene Eisenbahngesellschaft betrieben. Die Gesellschaft hatte ihr Hauptsitz in Aleppo, welcher sich in dem eigens gebauten Bahnhof namens „Al-Scham-Bahnhof“ (Damaskus-Bahnhof) befand, der heute jedoch nicht mehr existiert. Ebenfalls im Jahre 1906 wurde eine Regelspurstrecke zwischen den beiden Orten Al-Qamishli und Al-Yarobey gebaut.

Im Rahmen der Einbindung in das internationale Eisenbahnnetz wurde außerdem der Bau einer regelspurigen Verbindung nach Nordafrika entlang der libanesischen und palästinensischen Küste betrieben. Ein erster Abschnitt dieses Vorhabens entstand im Jahre 1911 zwischen Homs und Tripolis (Libanon).

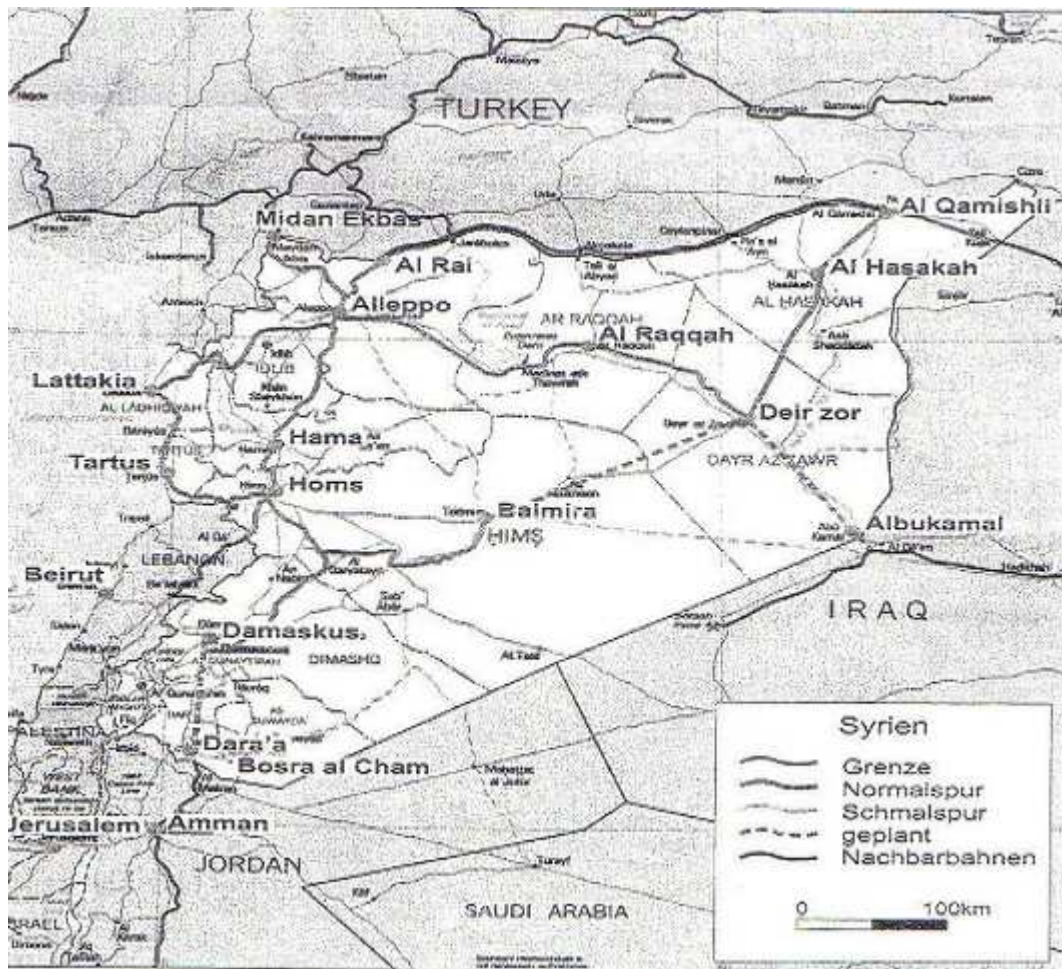
Der Regelspurstrecke von Aleppo nach Midan Ekbaz abzweigend wurde im Jahr 1936 die Strecke über Al-Rai entlang an der türkisch-syrischen Grenze nach Bagdad in Betrieb genommen. Im Jahr 1944 entstand dann eine Strecke entlang der Ostküste des Mittelmeers von Aleppo nach Nordafrika über Beirut (Libanon), Haifa (Palästina) Port Said und die Überquerung des Suez-Kanal im Ferdan- Gebiet (Ägypten) bis nach Marsa Mathroo an der ägyptisch- lybischen Grenze.

Während des französischen Mandates entwickelte sich das Eisenbahnnetz innerhalb der syrischen Grenzen auf den folgenden drei Achsen: [35]

Aleppo – Hama – Homs – Akkari

Homs – Kosair

Sorghaya – Damaskus – Daraia.



**Abbildung 4: Das Syrische Eisenbahnnetz im gegenwärtigen Ausbauzustand.**

Quelle: EI – Eisenbahningenieur (56) 6/2005.

### 2.2.2 Syrische Eisenbahn nach dem Jahr 1946

Nach der Erlangung der nationalen Unabhängigkeit im Jahr 1946 wurde die Syrische Eisenbahngesellschaft als Staatsbetrieb gegründet. Sie nahm folgende Strecken in Betrieb:

Midian Ekabas – Aleppo – Al Rai

Al-Qamishli – Al-Yarobey – irakische Grenze.

Die Syrische Eisenbahngesellschaft wurde im Jahr 1963 gegründet; ihr Hauptsitz ist Aleppo.

Im Jahr 1967 wurde die Verbindung von der zweitwichtigsten Hafenstadt Tartous nach Akkari (libanesischer Grenze) entlang der Ostküsten des Mittelmeers fertig gestellt. Damit verfügte Syrien im Jahr 1970 über insgesamt 667 km Eisenbahnlinien in Regelspur und 347 km in Schmalspur.



Zwischen 1970 und 1990 wurde das Streckennetz mit sowjetischer Hilfe um 1116 km auf 1783 km erweitert, es verbindet nun alle Gouvernements mit den beiden wichtigsten Hafenstädten Tartous und Latakia. Die Netzerweiterung basiert auf den Technologien der 60er Jahre des 20. Jahrhunderts und wurde für eine Streckengeschwindigkeit von 120 km/h für Personenzüge bzw. 100 km/h für Güterzüge konzipiert; gefahren werden heute aber maximal 80 km/h.

Die Syrische Eisenbahngesellschaft ist Mitglied in der arabischen Eisenbahnunion und anderer internationaler Eisenbahnvereinigungen. Im Jahre 1979 wurde Aleppo Hauptsitz der arabischen Eisenbahnunion, bestehende aus den Mitgliedern Algerien, Ägypten, Irak, Jordanien, Libanon, Marokko, Palästina, Syrien und Tunesien. [36]

Die staatliche Syrische Eisenbahngesellschaft plant den Ausbau und die Modernisierung ihres Streckennetzes bis zum Jahr 2020; vordergründig ist dabei die Modernisierung und eine eventuelle Elektrifizierung der Hauptstrecken, insbesondere jener Strecken, die zu Beginn des 20. Jahrhunderts gebaut worden. Die Planung wird mit Hilfe verschiedener ausländischer Ingenieurbüros aus Deutschland, Frankreich, Italien, Türkei, Ungarn, Russland und Iran erstellt.



**Abbildung 5: Die Syrische Eisenbahn (der Hauptbahnhof in Latakia).**

### **2.2.3 Transportleistung , Fahrzeuge, Fahrweg- und Sicherungstechnik der syrischen Eisenbahn**

Die staatliche syrische Eisenbahngesellschaft transportierte im Jahr 2001 5,29 Millionen Tonen Güter (1492 Mio. Tonnenkilometer) und 1,26 Millionen Passagiere (306 Mio. Personenkilometer). Dabei erzielte sie im Jahr 2001 einen Überschuss von 277 Million SP (entsprechend 4,6 Mio. Euro). [37] Das größte Gütertransportaufkommen besteht zwischen den beiden Hafenstädten Lattakia und Tartous sowie den großen Städten im Landesinneren. Für die Zukunft ist ein Ausbau der Gütertransitstrecke durch Syrien als Teil des Nord-Süd-Korridors Europa-Türkei-Golfgebiet und des West-Ost-Korridors Mittelmeer-Irak-Iran und asiatische Länder geplant.

In Syrien fuhren im Jahr 2002 insgesamt 540 Personenwagen, die zwischen 1970 und 1983 aus Polen, Rumänien und der DDR importiert wurden, der Großteile davon aus der DDR.

Die 44 vorhandenen Schlafwagen wurden ebenfalls aus der DDR importiert. Sie wurden in den vergangenen Jahren modernisiert. Weiterhin verfügte die syrische Eisenbahn über 20 Gepäck- und Postwagen sowie 19 Speisewagen, die ebenfalls seit dem vergangen Jahr im Iran generalüberholt werden.

Im Güterverkehr sind 4397 Güterwagen verschiedener Typen im Einsatz. Die meisten wurden zwischen 1960 und 1975 importiert. Seit den 90er Jahren werden neue Getreidewagen aus dem Iran angeschafft. Als Wagentypen sind zumeist Schwertransportflachwagen, offene und gedeckte Güterwagen, Kesselwagen sowie Getreidewagen vorhanden. Für den Gleisbau stehen Kran- und andere Betriebswagen zur Verfügung. Die meisten Gleisbaumaschinen stammen aus der Sowjetunion und von der Firma Plasser & Theurer (Österreich). [38]

Die Syrische Eisenbahngesellschaft verfügte im Jahr 2002 über ein Streckennetz von 2460 km in Regelspur 1435mm, die syrische Al-Higas Bahngesellschaft über ein Streckennetz von 347 km in Schmalspur 1050mm. Die verwendeten Schwellen sind aus Holz, Stahl und Beton. Die Betonschwellen wurden seit 1966 nach ungarischer Konstruktion und Technologie in einem Betrieb in Aleppo hergestellt. Im laufe der Zeit wurde diese Schwelle auf die Syrischen Bedürfnisse angepasst, das Schotterbett besteht aus syrischem Basalt. [39]

In Syrien gibt es einen Gleisbaubetrieb mit Hauptsitz in Aleppo, welcher in Zusammenarbeit mit der Sowjetunion den Streckenbau und Unterhalt in Syrien bis 1990 durchgeführt hat. Die

Signal- und Fernmeldeeinrichtungen wurden mit sowjetischer und DDR-Technologie ausgestattet, die dem technischen Stand der 60er Jahre des 20. Jahrhunderts entsprechen. Daneben sind sehr alte Fernmelde-Freileitungen in Form von Kupferdrähten, die an Holz bzw. Betonpfählen montiert sind, im Einsatz. Die Sicherungs- und Fernmeldetechnik der neu geplanten Strecken wird mit der Technologie der Firma Siemens erstellt.



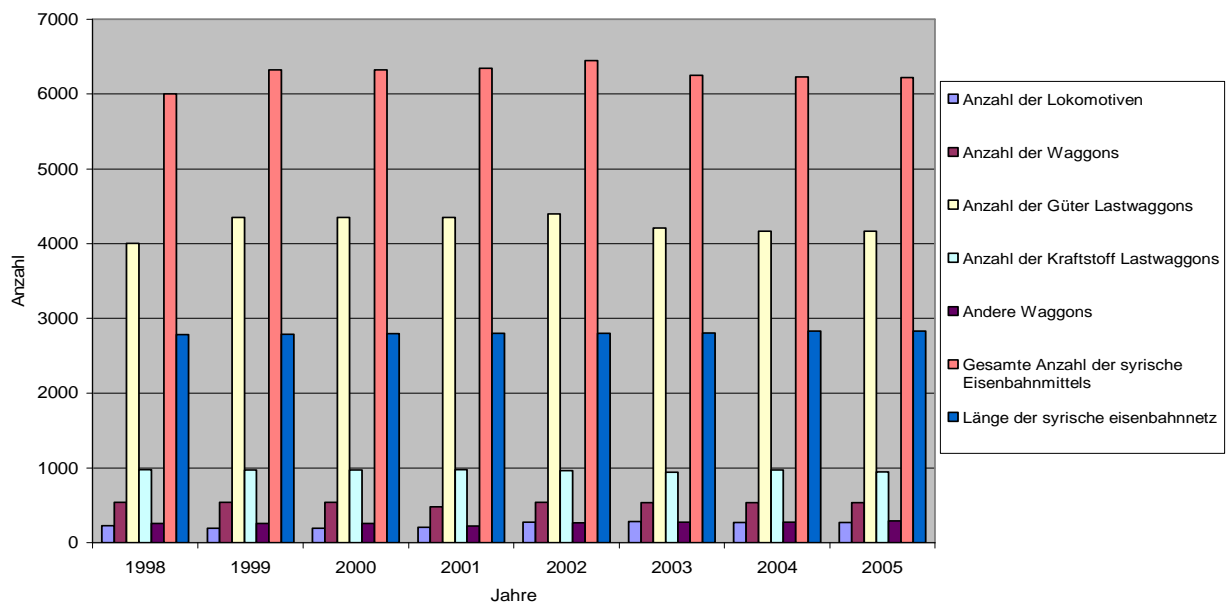
**Abbildung 6: Die erste (links) und zweite (rechts) Klasse der Syrischen Eisenbahn.**



### 3 Die Marketing-Probleme des Syrischen Eisenbahntransports und ihre ökonomische Behandlungsmöglichkeiten

#### 3.1 Marketing-Probleme der Syrischen Eisenbahn beim Personen- und Gütertransport

Vor der Darstellung der Marketing-Probleme des Syrischen Eisenbahntransports ist es notwendig, die Entwicklung des Syrischen Eisenbahntransports innerhalb der letzten acht Jahre (1998 - 2005) anhand von Daten aus dem Syrischen statistischen Abstrakt, der die einzige offizielle Quelle für Daten in Syrien ist, darzustellen. Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Eisenbahnmittel im o. g. Zeitraum.



**Abbildung 7: Entwicklung des Syrischen Eisenbahnmittels vom 1998 bis 2005.**

Quelle: das Syrische statistische Abstrakte 2006.

Auf der Abbildung 7 sieht man, dass die Gesamtanzahl der Syrischen Eisenbahnmittel zwischen Ab- und Zunahme schwankt. Das liegt daran, dass die mangelhaften importierten Lokomotiven und Waggon nicht ersetzt, sondern repariert wurden, und während der Reparatur nicht in die Statistik eingingen. 1998 war die Gesamtanzahl der Lokomotiven 226 Stück, dann hat sie 1999 und 2000 bis 197 Stück abgenommen, bis 2003 hat sie sich wieder bis 281 Stück erhöht, anschließend hat sie 2004-2005 auf 273 Stück abgenommen. Im Zeitraum 1998-2000 betrug die Anzahl der Waggon 540 Stück, die bis 2001 auf 483 Stück

und 2003-2005 bis auf 439 abnahm. Die Anzahl der Güter-Lastwaggons betrug 4003 Stück im Jahr 1998, im Jahr 2002 erreichte sie mit 4397 Stück die höchste Anzahl, dann hat nahm sie im Jahr 2005 bis auf 4167 Stück ab. Auch die Anzahl an Kraftstoff- und anderen Waggons schwankt jährlich.

Die Entwicklung der Länge des Eisenbahnnetzes war nicht besser als die Entwicklung der Anzahl der Lokomotiven und Waggons. Das Eisenbahnnetz hatte im Jahr 1998 eine Länge von 2786 km, und stieg bis zum Jahr 2005 auf 2833 km (101,16 %). Das zeigt, dass die Dichte des Syrischen Eisenbahnnetzes im Verhältnis zur Fläche Syriens niedrig ist; sie betrug 15,08 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 1998 und 15,31 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 2005. Im Unterschied dazu betrug die Dichte des Deutschen Eisenbahnnetzes 94,82 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 2008.

Im Vergleich zum Straßennetz scheint der Unterschied sehr groß, die syrische Straßennetz-Dichte lag bei 225,90 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 1998 und stieg bis zu 270,14 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 2005. Dafür gibt es viele Gründe:

- Die hohen Kosten des Eisenbahnnetz-Aufbaus
- Der Eisenbahntransport erhält keine ausreichende Sorge von den zuständigen Stellen.
- Der Privat-Sektor trägt nichts bei, weil der Gewinn zu gering ist.

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung des Verkehrsaufkommens sowie der Verkehrsleistung im Personen- und Güterverkehr, die im Zeitraum von 1998 bis 2005 mit der Syrischen Eisenbahn stattfand.

Jahr	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Verkehrsaufkommen Personenverkehr (1000 Personen)	904	848	859	1261	1429	1922	2033	2012
Verkehrsleistung Personenverkehr (1000 Personen km)	181575	187138	196461	306229	384321	525357	691916	606927
Verkehrsaufkommen Güterverkehr (1000 Ton)	4938	5445	5631	5297	5927	6414	7232	8187
Verkehrsleistung Güterverkehr (1000 Ton km)	1430307	1577116	1568378	1492404	1813835	1884661	1922829	2255826

**Tabelle 1: Entwicklung der Passagier Anzahl und Gütermenge im Zeitraum 1998-2005.**

Man sieht, dass die Verkehrsaufkommen Personenverkehr im Jahr 1998 bei 904000 Personen lag und bis 2001 auf 1261000 Personen (139,49 %) stieg. Dann stieg sie bis zum Jahr 2005 auf 2012000 Personen (159 % im Vergleich mit 2001) an. Der Grund dafür ist möglicherweise der erhöhte Andrang irakischer Emigranten im Jahr 2005 nach Syrien oder durch Syrien in anderen Ländern.

Die Verkehrsleistung Personenverkehr im Jahr 1998 lag bei 181575 und stieg bis auf 306229 in Jahr 2001 (168,65 %). Bis zum Jahr 2005 stieg sie auf 606927 (198,19 % im Vergleich zum Jahr 2001). Das Verkehrsaufkommen Güterverkehr im Jahr 1998 betrug 4938000 Tonnen und stieg im Jahr 2001 bis auf 5297000 Tonnen (107,27 %), und im Jahr 2005 bis zum 8187000 Tonnen (154,50 % im Vergleich zum Jahr 2001). Dies lässt sich erklären durch die Erweiterung der Handelsbeziehungen mit der Türkei und dem Iran.

Die Verkehrsleistung Güterverkehr im Jahr 1998 betrug 1430307000 Tonnen km; im Jahr 2001 stieg es auf 1492404000 Tonnen km (104,34 %) und im Jahr 2005 bis auf 2255826000 Tonnen km (151,15 % im Vergleich zum Jahr 2001).

Um die Vertriebsprobleme festzustellen, unter denen der Eisenbahntransport in Syrien leidet, und um passende Lösungen und Vorschläge für die Entwicklung dieses Sektors im Allgemein zu finden, wurde eine Befragung von 400 Mitarbeitern in den Syrischen Eisenbahnen durchgeführt. Diese Stichprobe wurde aus der in den syrischen Eisenbahnen tätigen Personen innerhalb der Direktionen des Marketings, des Verkehrs, der Bewegung, und des Direktorats für Personen- und Gütertransport aus mehreren Gründen gewählt. Darunter sind die guten Kenntnisse der in diesen Direktoraten tätigen Mitarbeiter über die Vertriebsprobleme, unter denen diese Sektoren leiden. Außerdem ist die Eisenbahn in Syrien ein staatlicher Sektor, wodurch die Meinungen dieser Mitarbeiter unvoreingenommen sind; sie sind ganz besonders an der Entwicklung Ihres Sektors interessiert. Dies wurde während der Durchführung dieser Befragung deutlich. Der negative Blick der Menschen in Syrien gegenüber der Eisenbahn macht die Befragungsergebnisse bis zu einem gewissen Grad voreingenommen, was bereits in einer wissenschaftlichen Arbeit über 438 Passagiere im Jahr 2005 in Syrien nachgewiesen wurde. [40]

Um die Befragung realistischer zu gestalten, umfasste sie unterschiedlichen Gruppen bezüglich des Geschlechtes, des Alters oder des Einkommens. Dabei nahmen 79 Frauen teil, was einen Anteil von 19,8 % aller befragten Personen ausmacht. Die Anzahl der Männer betrug 321, was einem Anteil von 80,3 % entspricht.

95 Befragte waren jünger als 30 Jahre, was einem Anteil von 23,8 % entspricht. Der größte Prozentsatz der Gesamtbeteiligten war 30 bis 50 Jahre alt, das waren 240 Mitarbeiter, also 60 % aller Befragten. Der Anzahl der über 50 Jahre alten Personen betrug 65, was einem Anteil von 16,3 % entspricht.

Im Bezug auf das monatliche Einkommen umfasste die Befragung drei Gruppen:

	Weniger als 5000 syrische Pfund/Monat	5000 – 10000 syrische Pfund/Monat	Mehr als 10000 syrische Pfund/Monat
Mitarbeiter-Anzahl	38	198	164
Prozentsatz	9,5 %	49,5 %	41 %

**Tabelle 2: Das monatliche Einkommen der Befragten.**

Die Befragten nahmen dabei Stellung zu Marketing-Problemen der Syrischen Eisenbahn bezüglich der Preise, Werbung, Reservierungs- und Reiseordnung, Bahnhöfe, Geschwindigkeit, Sicherheit und Vertrauen, Pünktlichkeit, Komfort, Konkurrenz, Eigentumsform, Gesetze und Ordnungen.

### **3.1.1 Umfrage-Bewertung der Preise**

Die Generalorganisation der Syrischen Eisenbahn übernimmt die Preisfestsetzung für den Personen- und Gütertransport. Für den Personentransport bestimmt die Generalorganisation den Tarif pro Kilometer und Fahrgast nach dem Prinzip sinkender Kilometerpreise bei zunehmender Wegstrecke. Jede Masse hat einen bestimmten Preis pro Kilometer. [41] Zur Erfüllung des Zahlungsfähigkeits-Prinzips und zur idealen Nutzung der vorhandenen Transportfähigkeiten wurde zwischen zwei Dienstleistungsebenen differenziert; der ersten und der zweiten Klasse. Nachstehend sind die Tarifrechnung für jede Klasse pro Kilometer aufgeführt, wobei zu bemerken ist, dass die Generalorganisation den Tarif der ersten Klasse für Erwachsene als eine Grundlage zur Berechnung der verschiedenen Tarifarten beider Klassen heranzieht. Zudem ist die zurückgelegte Strecke entscheidend.

I. Der erste Klasse-Tarif hat verschiedene Stufen:

a. Erste Klasse für Erwachsene:

- Von 1 km bis 100 km = 0,290 SP Person / km.
- Von 101 km bis 200 km = 0,247 SP Person / km.
- Von 201 km bis 300 km = 0,235 SP Person / km.
- Von 301 km bis 400 km = 0,228 SP Person / km.
- Ab 401 km = 0,213 SP Person / km.

b. Erste Klasse für Kinder jünger als fünf Jahre = 50 % des ersten Klassetarifs für Erwachsene, bezogen auf alle Stufen.

II. Der zweite Klasse-Tarif:

a. Zweite Klasse für Erwachsene = 66,7 % des ersten Klasse-Tarifs für Erwachsene, bezogen auf alle Stufen.

b. Zweite Klasse für Kinder jünger als fünf Jahre = 50 % des zweiten Klasse-Tarifs für Erwachsene, bezogen auf alle Stufen.

c. Ermäßigung für Studenten und Soldaten = 80 % des zweiten Klasse-Tarifs für Erwachsene, bezogen auf alle Stufen.

III. Die Preisfestsetzung für den Gütertransport erfolgt nach Aufteilung der Güter nach deren Sorte und gemäß der Güter-Lastwaggons, in denen die fünf Sorten transportiert werden. Der Tarif pro 1 Tonne/km für die fünfte Sorte beträgt 0,69 Syrische Pfund ab einer Transportstrecke von 1200 km; dieser Tarif ist die Grundlage zur Rechnung von weiteren Sorten und Massen. Der Tarif steigt für die vierte Sorte um 15 % im Vergleich zur fünften Sorte, für die dritte Sorte um 26 %, für die zweite Sorte um 49 % und für die erste Sorte um 73 %. Die fünf Güter-Sorten sind wie folgt bestimmt:[42]

Sorten- Nummer	Beschreibung der Güter
1	Seidenfäden, Baumwolle, und Wolle
2	Gas, Benzin, Seidentextilien, Wolle, Baumwolle
3	Vioul, Diesel, Traktoren
4	Phosphat, Hölzer, lose Zement, lose Getreide, Baumwolle-Ballen
5	Sand, Gips, Steine, Rohzucker, Zement, Getreide-, Reis- Rohzucker- und Zuckerraffinadesäcke

**Tabelle 3: Aufleitung den Gütertransport in Syrischen Eisenbahn nach die Sorte und gemäß der Güter-Lastwaggons.**

Quelle: Die generale Institution für Syrische Eisenbahn, 2006.

Der heute allgemeingültige Tarif wird seit 1996 angewandt. Es gab nur eine geringe Veränderung für einige Linientarife im Jahr 2007. Die folgende Tabelle zeigt die Preise des Haupt-Gütertransports der Syrischen Eisenbahn in Syrischen Pfund.

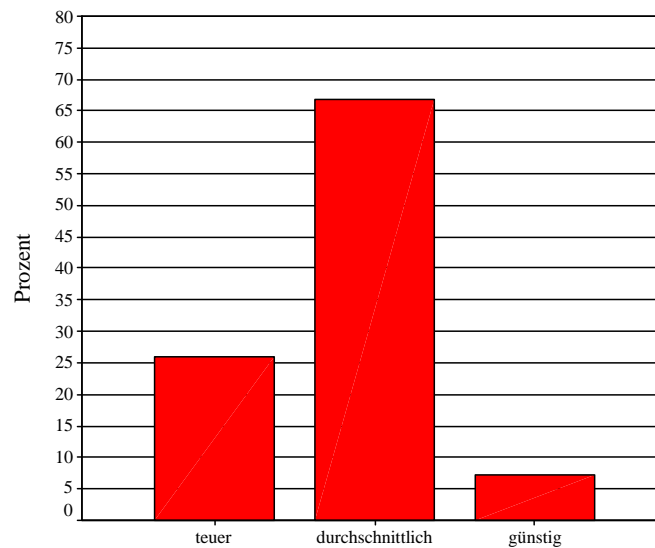
Transportstrecke [km]	Erste Kategorie [SP]	Zweite Kategorie [SP]	Dritte Kategorie [SP]	Vierte Kategorie [SP]	Fünfte Kategorie [SP]
40	104	86	72	67	59
100	180	152	128	116	104
150	241	206	173	158	138
200	301	260	220	198	172
250	359	308	262	239	208
300	419	362	308	280	242
350	478	413	349	316	276
400	536	462	390	355	310
450	594	512	434	394	344
500	653	560	476	434	379
550	710	611	518	472	412
600	763	660	559	510	444
700	877	758	641	584	511
800	990	856	725	659	576
900	1103	953	806	732	641
1000	1214	1049	888	806	704
1100	1321	1147	970	881	769
1150	1379	1193	1009	917	800
1200	1434	1238	1049	954	<b>832</b>

**Tabelle 4: Preise des Haupt- Gütertransports der Syrischen Eisenbahn.**

Quelle: das Syrische statistische Abstrakt 2006.

IV. Ein Vergleich des Preis-Leistungs-Verhältnisses der syrischen Eisenbahn mit dem Beförderungspreis des Straßenverkehrs zeigt nach der Umfrage folgende Ergebnisse:

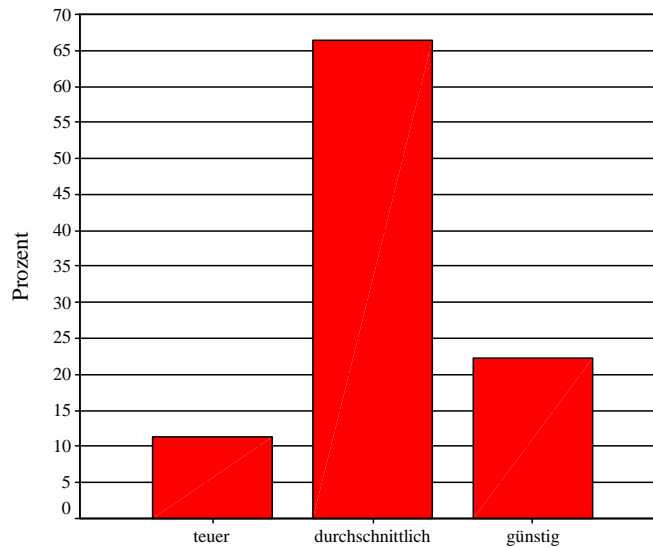
- a. Die Bewertung des Preis-Leistungs-Verhältnisses der syrischen Eisenbahn zeigt:  
Im Personentransport fanden 26 % der befragten Personen das Preis-Leistungs-Verhältnis teuer, 66,75 % fanden es durchschnittlich und 7,25 % fanden es günstig (Abb. 8).



**Abbildung 8: Preis-Leistungs- Verhältnis beim Personentransport.**

Die statistische Analyse zwischen dem monatlichen Einkommen der Angestellten und ihrer Einschätzung des Preis-Leistungs-Verhältnisses beim Personentransport zeigt sehr geringe Korrelation (Korrelation = 0,026).

Im Gütertransport fanden 11,25 % der befragten Personen das Preis-Leistungs-Verhältnis teuer, 66,50 % fanden es durchschnittlich und 22,25 % fanden es günstig (Abb. 9).



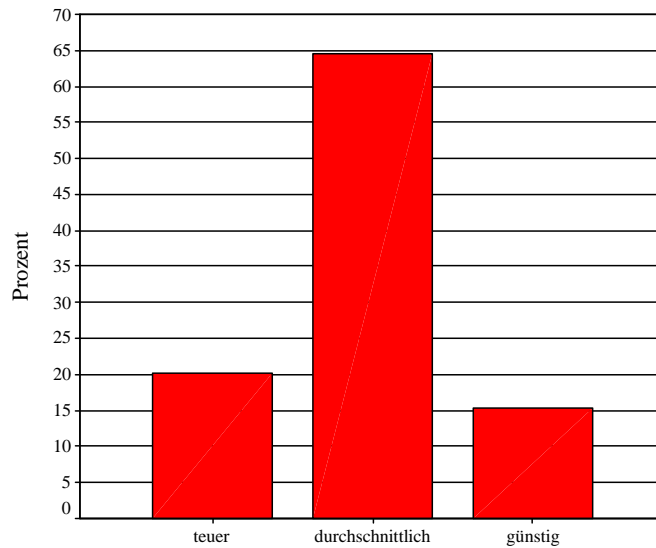
**Abbildung 9: Preis-Leistungs-Verhältnis beim Gütertransport .**

Bei der Befragung zeigt sich, dass die Transportpreise der Syrischen Eisenbahn bis zu einem gewissen Grad den angebotenen Dienstleistungen entsprechen. Das heißt aber nicht, dass die angewendeten Preise wissenschaftlich und gemäß bekannter wirtschaftlichen Grundlagen (Volumen der erwarteten Nachfrage oder Höhe der Kosten oder Infolge der Investitions-Einkommen) untersucht sind. Weil die angebotenen Dienstleistungen sehr mangelhaft sind, hat die Direktion keine andere Wahl außer der allgemeinen Preissenkung. Daher blieben die Preise seit 1996 nahezu stabil.

- b. Die Bewertung des Beförderungspreises der Syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr zeigt:

Im Personentransport fanden 20,25 % der befragten Personen den Beförderungspreis der Syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr teuer, 64,50% fanden ihn durchschnittlich und 15,25 % fanden ihn günstig. (Abb. 10).

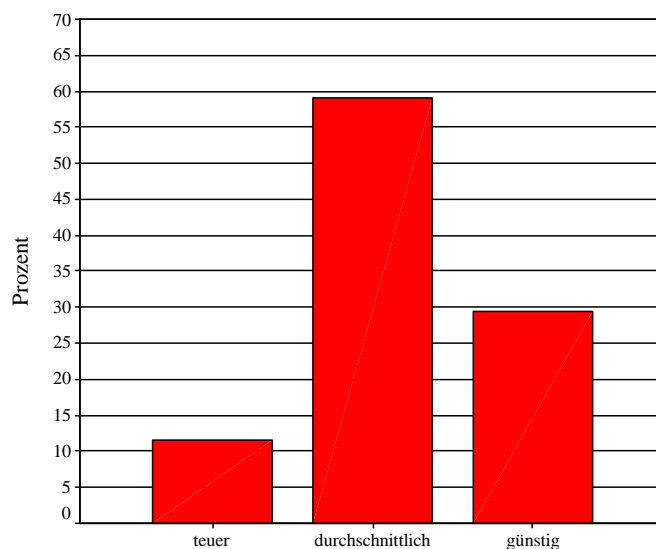




**Abbildung 10: Beförderungspreis beim Personentransport im Vergleich zum Straßenverkehr.**

Die statistische Analyse zwischen dem monatlichen Einkommen der Angestellten und der Einschätzung des Beförderungspreis der Syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr zeigt sehr geringe Korrelation ( $Korrelation = 0,081$ ).

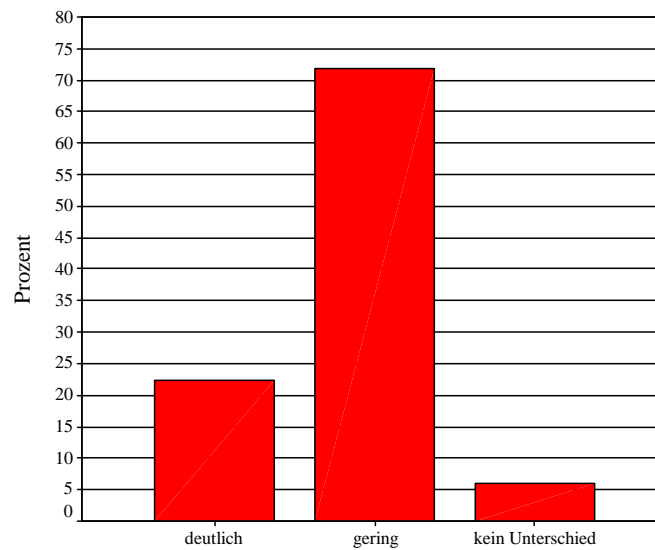
Beim Gütertransport waren die Prozentsätze etwas anders: 11,50 % der befragten Personen fanden den Beförderungspreis der Syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr teuer, 59 % fanden ihn durchschnittlich und 29,50 % fanden ihn günstig (Abb. 11).



**Abbildung 11: Beförderungspreis beim Gütertransport im Vergleich zum Straßenverkehr.**

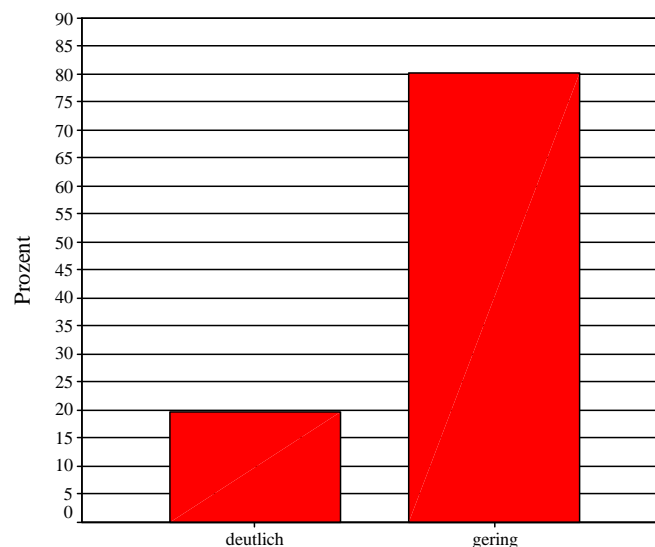
- c. Um das Prinzip der Zahlungsfähigkeit zu schaffen, hat die Syrische Eisenbahn zwei Personenwagen-Klassen eingeführt. Die Umfrage dazu zeigt folgendes:

22,25 % der befragten Personen empfanden einen deutlichen Unterschied im Service beider Klassen, 71,75 % empfanden einen geringen Unterschied und 6 % empfanden keinen Unterschied (Abb. 12).



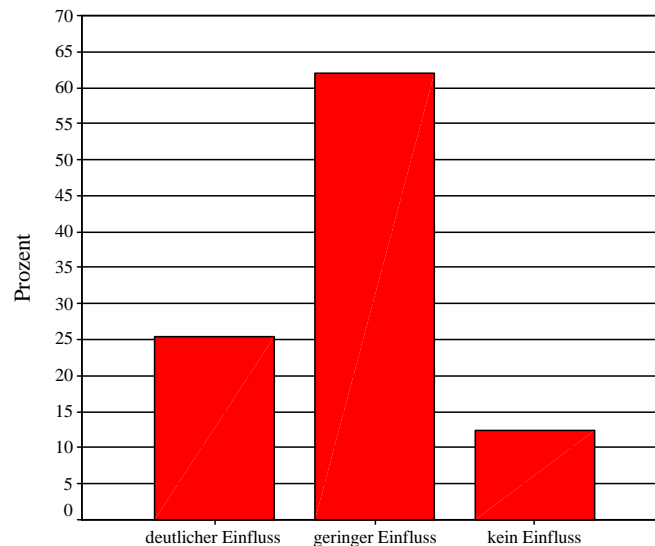
**Abbildung 12: Service-Unterschied zwischen erster und zweiter Klasse.**

19,75 % der befragten Personen empfanden einen deutlichen Preisunterschied zwischen beiden Klassen, und 80,25 % empfanden einen geringen Unterschied (Abb. 13).



**Abbildung 13: Preisunterschied zwischen erster und zweiter Klasse.**

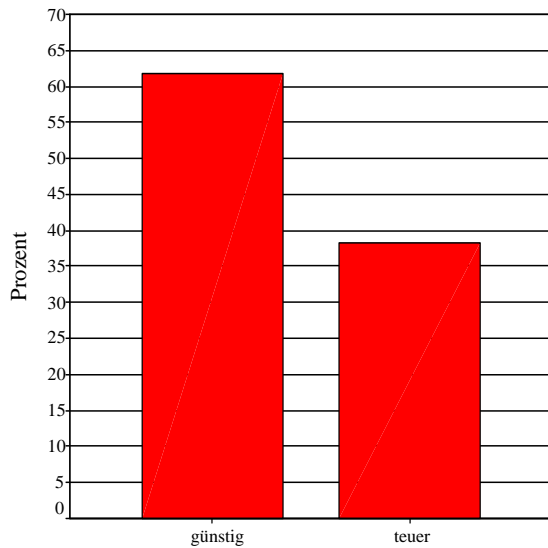
Der Aufteilung in zwei Klassen sprechen 25,50 % aller Befragten einen deutlichen Einfluss auf die Passagierzahlen zu; 62 % halten den Einfluss für gering, und 12,50 % sprechen der Aufteilung keinen Einfluss auf die Passagierzahlen zu (Abb. 14).



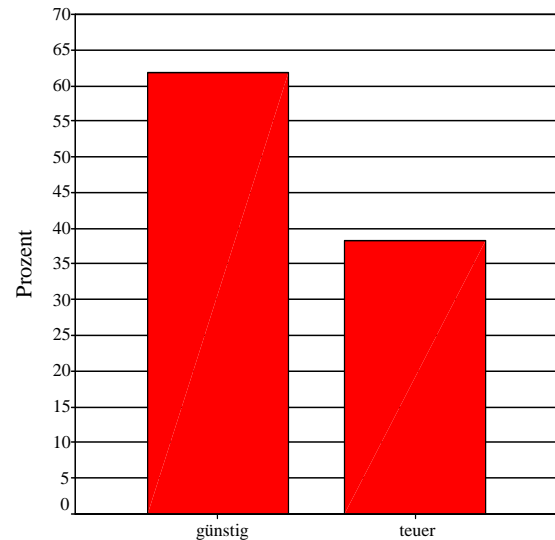
**Abbildung 14: Einfluss der Klassenaufteilung auf die Passagierzahlen.**

Im Allgemeinen denken 74,50 % der befragten Personen, dass die Aufteilung in zwei Klassen die Passagierzahlen nicht beeinflusst hat, weil der Unterschied im Service und Preis der beiden Klassen zu gering ist.

Hinsichtlich des Preis-Leistungs-Verhältnisses in der ersten und zweiten Klasse hat die Umfrage gezeigt, dass 61,7 % der befragten Personen die beiden Klassen als günstig und 38,25 % als teuer bewerten. Es ist davon auszugehen, dass sich die erste Gruppe den Preis wichtiger als den Service bewertet, während die zweite Gruppe den Service wichtiger als den Preis bewertet (Abb.15 und 16).



**Abbildung 15: Preis-Leistungs-Verhältnis der ersten Klasse.**

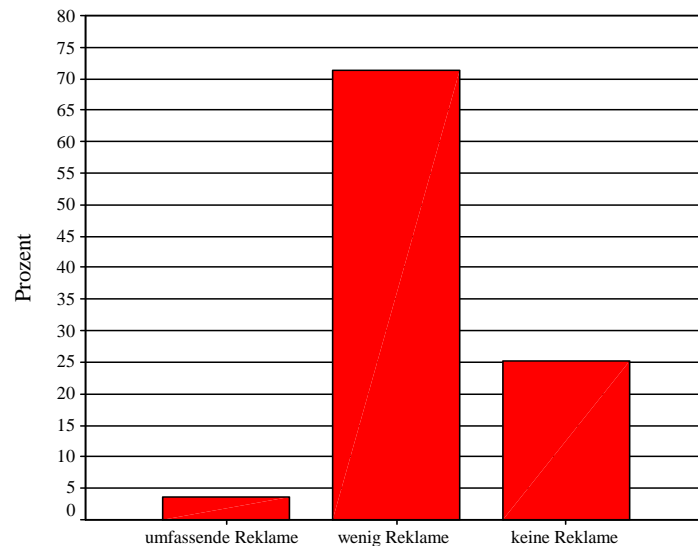


**Abbildung 16: Preis-Leistungs-Verhältnis der zweiten Klasse.**

### 3.1.2 Umfrage-Bewertung der Werbung

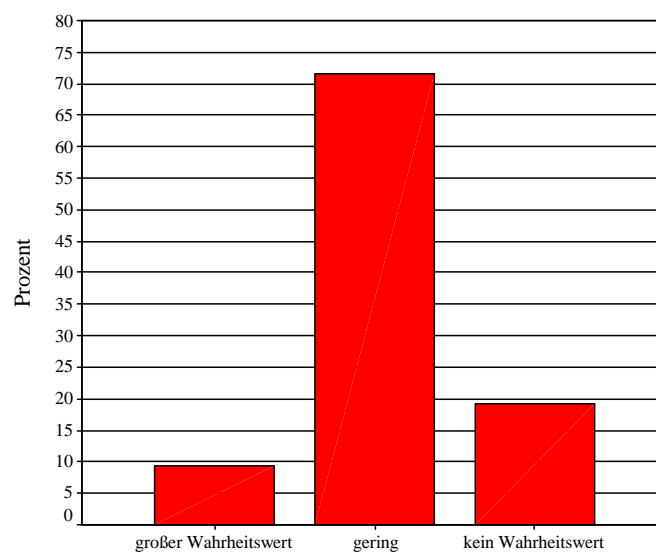
Die Werbung gilt als eine nicht zu unterschätzende soziologische und wirtschaftliche Kraft. Sie hat einen großen Einfluss auf das Benehmen und Verhalten der Verbraucher, abhängig von den vermittelten Informationen und den Methoden zur Erzielung des Werbeeffekts beim Verbraucher. Demzufolge ist es erforderlich, dass einige Herkünfte und allgemeine Grundlagen vorhanden sind, auf die sich die Werbung verlässt, um ein möglichst großes Maß an Leistungsfähigkeit zu erzielen. Die im Bereich der Werbung tätigen Personen sind verpflichtet, sich an die allgemeinen wissenschaftlichen Grundlagen für die Planung und Durchführung von Werbung zu halten, neben einiger Grundlagen, Berufs- und Moralnormen, damit die Werbung am Ende das Publikumsvertrauen genießt. Der Werber, der sich nicht an die Moral- und Berufsgrundlagen in der Werbung hält, schädigt nicht nur seinem eigenen Unternehmen, sondern allen in der Dienstleistung Werbung tätigen Unternehmen. Wenn beim Publikum das Misstrauen gegenüber der Werbung zur Gewohnheit wird, lehnt das Publikum nach einer bestimmten Zeit die meisten Werbungen ab, und glaubt der Werbung nicht mehr. Aufgrund dieser Grundprinzipien der Werbung umfasste die Befragung über die Werbung für Transportsdienstleistungen der syrischen Eisenbahn folgende Punkte:

- I. Bezüglich des Reklamenumfangs im Rahmen des Marketing-Services der Syrischen Eisenbahn zeigt die Umfrage, dass 3,50 % der befragten Personen den Reklameumfang als umfassend bewerteten; 71,25 % empfanden die Reklame als wenig, und 25,25 % bewerteten sie als nicht vorhanden (Abb.17).



**Abbildung 17: Reklameumfang.**

- II. Der Werbung der Syrischen Eisenbahn wurde von 9,25 % der befragten Personen ein großer Wahrheitswert zugesprochen; 71,50 % hielten den Wahrheitswert für gering, und 19,25 % sprachen der Werbung keinen Wahrheitswert zu (Abb. 18).

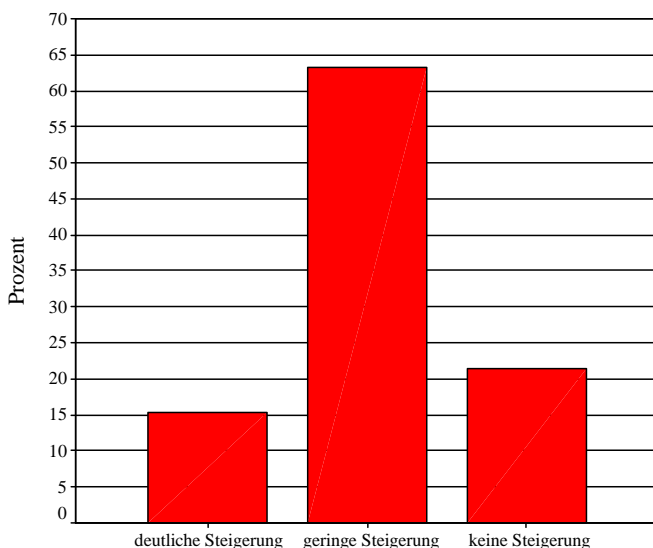


**Abbildung 18: Wahrheitswert der Reklame.**

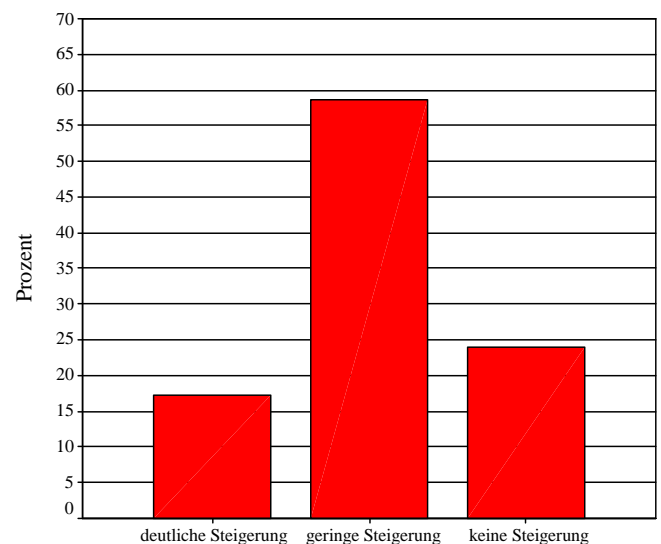
### III. Im Hinblick auf den Effekt der Reklame hat die Umfrage gezeigt:

Der Reklame wurde von 15,25 % aller befragten Personen eine deutliche Steigerungsfähigkeit der Passagierzahlen zugesprochen; 63,25 % trauten ihr eine geringen Steigerungsfähigkeit und 21,50 % keine Steigerungsfähigkeit zu (Abb. 19).

Beim Gütertransport sprachen 17,25 % aller befragten Personen der Reklame eine deutliche Steigerungsfähigkeit der Gütermengen zu. 58,75 % trauten ihr eine geringe Steigerungsfähigkeit und 24 % keine Steigerungsfähigkeit zu (Abb. 20).



**Abbildung 19: Reklameeffekt auf die Passagierzahlen.**



**Abbildung 20: Reklameeffekt auf die Gütermengen.**

Anhand dieser Ergebnisse ist erkennbar, dass die Werbung für die Syrische Eisenbahn ein großes Problem darstellt, sowohl in Fragen des Reklameumfangs als auch der Glaubwürdigkeit. Aufgrund der Möglichkeiten nicht einhaltbare Versprechungen sind nicht effektiv.

### 3.1.3 Umfrage-Bewertung der Reservierungs- und Reiseordnung

Der Geschäftsverkehr mit dem Kunden gilt als die Hauptaufgabe im Vertrieb des Personentransports, insbesondere beim Eisenbahnverkehr. Hier zeigt sich die Rolle der Mitarbeiter in diesem Bereich durch Ausübung aller Bemühungen für Besorgungen von Dienstleistungen, die der Fahrgast ab der Abfahrtstation bis zur Ankunftsstation benötigt. Die Erfüllung dieser Dienstleistungen spielt eine besondere Rolle beim Personen- und Gütertransport. Schon ein altes Sprichwort besagte: „Der Reisende ist immer im Recht. Wir bemühen uns, ihn zufrieden zu stellen.“ Ein neues Sprichwort besagt: „Wir bemühen uns nicht nur, den Reisenden zufrieden zu stellen, sondern ihn glücklich zu stellen.“

- I. Das Reservierungssystem der Syrischen Eisenbahn bewerteten 9,75 % aller Befragten als modern, 77,75 % als durchschnittlich und 12,50 % als altmodisch (Abb. 21).
- II. Auf die Frage, ob es genügend Reservierungsbüros der Syrischen Eisenbahn gibt, beantworteten 19,75 % aller Befragten mit „ja“ und 80,25 % mit „nein“ (Abb. 22).

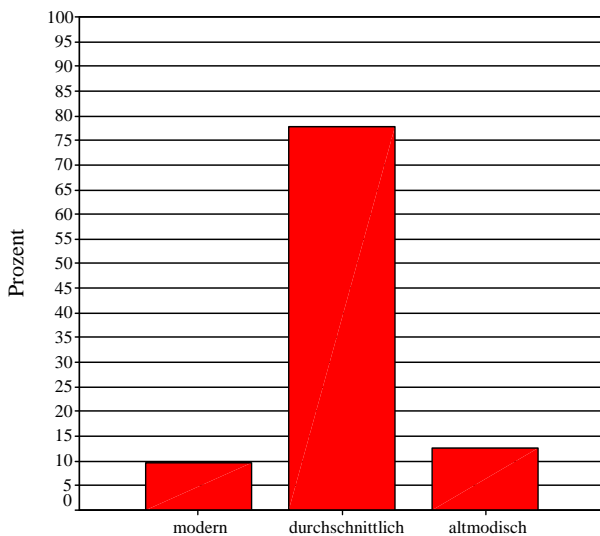


Abbildung 21: Zeitmäßigkeit des Reservierungssystems.

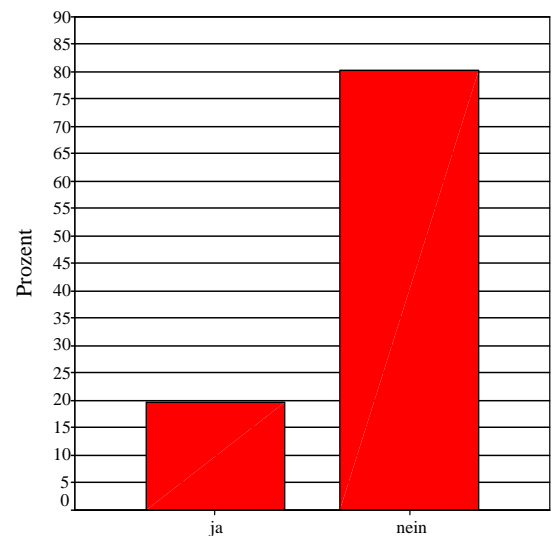
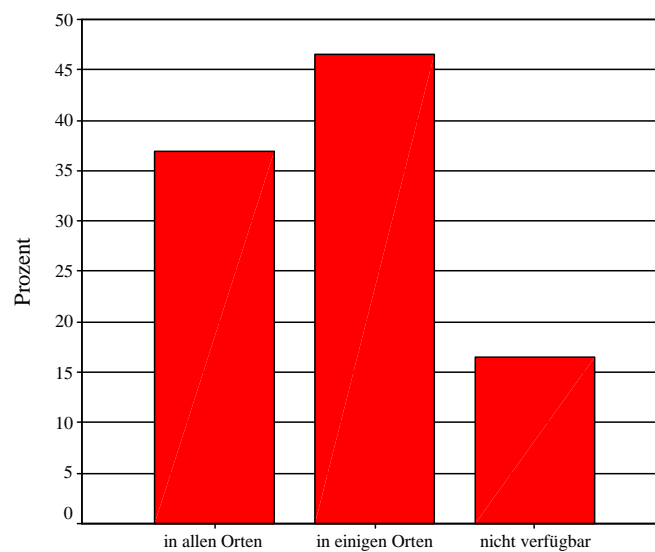


Abbildung 22: Verfügbarkeit ausreichender Reservierungsbüros.

Viele Passagiere haben einen langen Weg zum nächstgelegenen Reisebüro. Zum Erwerb der Fahrkarten benötigen sie somit zusätzliche Zeit und

zusätzliches Geld. Das hält viele potentielle Fahrgäste vom Kauf einer Fahrkarte ab.

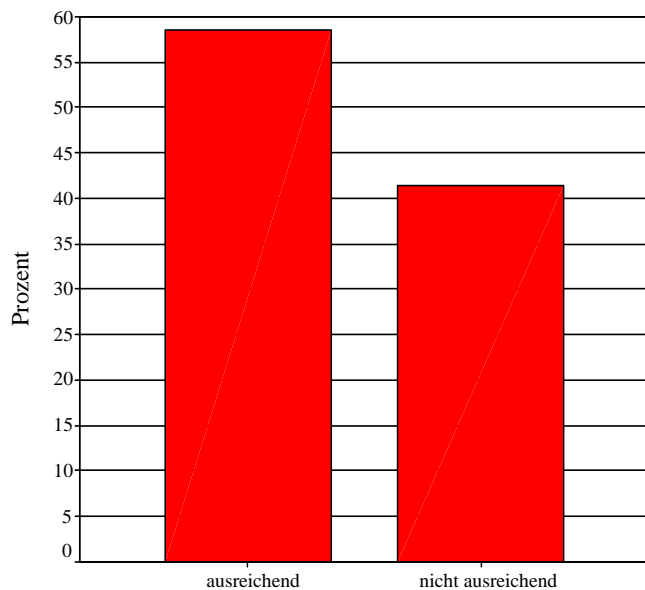
- III. Auf die Frage nach der Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln des Zubringerverkehrs antworteten 37 % aller Befragten, dass in allen Orten Verkehrsmittel des Zubringerverkehrs verfügbar sind; 46,50 % antworteten, dass Zubringerverkehr nur in einigen Orten verfügbar sind; und 16,50 % fanden keinen verfügbaren Zubringerverkehr. (Abb.23).



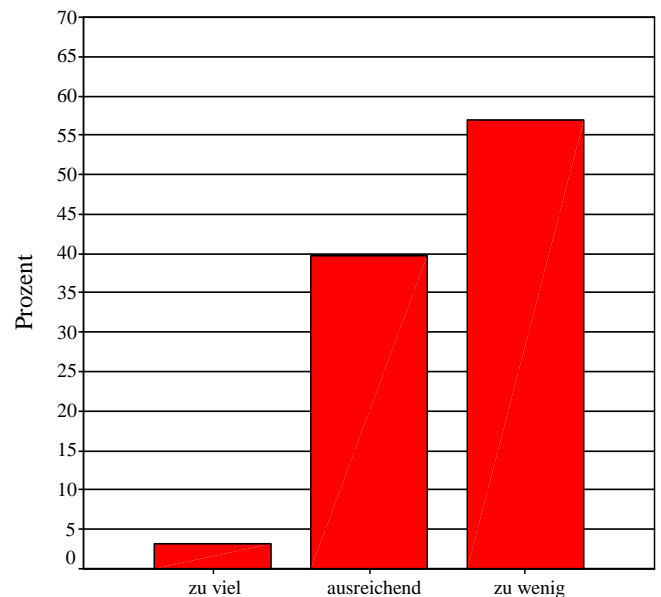
**Abbildung 23: Verfügbarkeit von Verkehrsmitteln des Zubringerverkehrs zu den erreichenden Stadtzentren.**

- IV. Laut Umfrage fanden 58,50 % aller Befragten die Anzahl der Bahnhöfe für ausreichend; nicht ausreichend fanden sie 41,50 %. (Abb. 24).
- V. Bezüglich der Verfügbarkeit ausreichender Bahnhofseinrichtungen, wie beispielsweise Kiosken, Kaffees, Servicepoints, klimatisierten Räumen und behindertengerechten Einrichtungen, zeigte die Umfrage: 3,25 % aller Befragten empfanden die Einrichtungen als zu viel, 39,75 % fand sie ausreichend und 57 % empfanden sie als zu wenig (Abb. 25).





**Abbildung 24: Verfügbarkeit ausreichender Bahnhöfe.**



**Abbildung 25: Vorhandensein ausreichender Einrichtungen in den Bahnhöfe.**

Der Reservierungs- und Reiseordnung in Syrien fehlt noch immer ein angemessenes Vertriebsbewusstsein. Insbesondere bei der Eisenbahnbeförderung sind die Reservierungsbüros, wo die Fahrgäste ihre Reise buchen können, rätselhaft. Wenn die Kunden reservieren, dann ist das in Ordnung; wenn sie nicht reservieren, dann stellt dies auch kein Problem dar. Infolge dessen sinken die Anzahl der Kunden und die Bereitschaft der Bahnen und der Waggonen. Bei einem Feldversuch in der Eisenbahnstation der Stadt Latakia wurden an fünf aufeinander folgenden und fünf beliebigen Tagen 100 Bahnkunden befragt. Dabei stellte sich heraus, dass 55 % der von Latakia nach Aleppo, Damaskus oder Tartous Reisenden die Angebote abgelehnt haben. Die Gründe dieser Ablehnung waren folgende:

Gründe für die Ablehnung der Angebote	Kunden-Anteil [%]
Unpassender Zugtermin	64 %
Unfreundlichkeit der Bahnangestellten	18 %
Gewünschte Fahrklasse nicht vorhanden	9 %
Sonstige Gründe	9 %

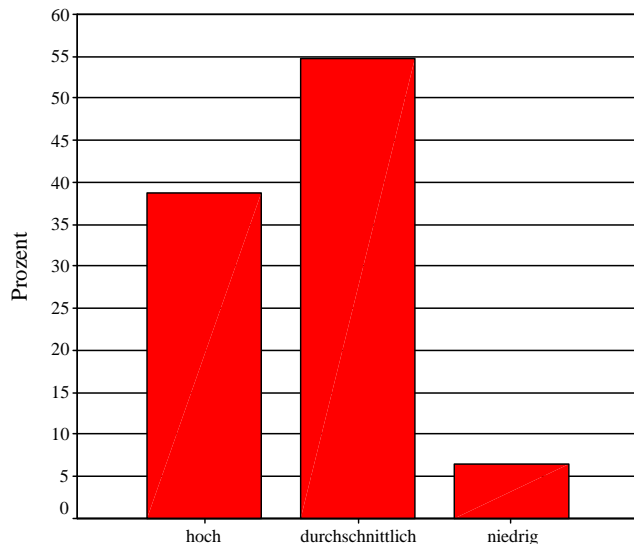
**Tabelle 5: Die Gründe für die Ablehnung der Angebote in der Eisenbahnstation der Stadt Latakia.**

### **3.1.4 Umfrage-Bewertung der Sicherheit, des Komforts und der Pünktlichkeit**

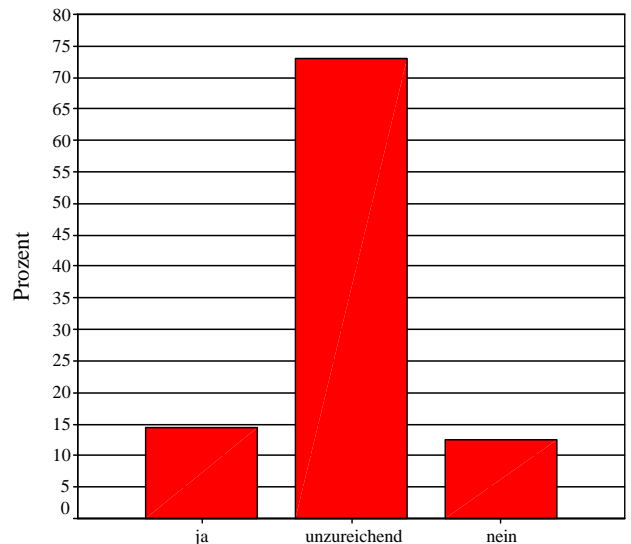
Die Eisenbahnen durchlebten während des letzten Jahrhunderts viele Veränderungen, um mit den Entwicklungen der anderen Transportmittel bezüglich der Geschwindigkeit, Bequemlichkeit, Sicherheit und Pünktlichkeit mitzuhalten. Zur Erfüllung dieser Ziele griff die Verwaltung der Eisenbahnnetze auf Studien, Untersuchungen und Analysen wissenschaftlicher Hochschulen und Zentren der wissenschaftlichen Forschung zurück. Es gab sehr viele Untersuchungen und Entwürfe, um mit den Eisenbahnen die genannten Ziele zu erreichen, und die maximale Grenze der Sicherheit zu erzielen. Die wissenschaftlichen Studien zeigten, dass der Eisenbahntransport den höchsten Sicherheitsgrad für Reisende bietet; die Sicherheit der Eisenbahn ist höher als bei anderen Verkehrsmitteln. Trotz der außerordentlichen Entwicklung, die die Eisenbahn auf allen Ebenen in der ganzen Welt erlebte, ist die Eisenbahn in Syrien in ihrer Entwicklung zurückgeblieben und unfähig, die Transport-Ansprüche in Syrien zu erfüllen. Die Umfrage zeigt folgende Ergebnisse:

- I. Bezüglich der Verlässlichkeit zeigt die Umfrage: 38,75 % alle Befragten bewerteten die Verlässlichkeit der Bahn als hoch, 54,75 % als durchschnittlich und 6,50 % als niedrig (Abb. 26).

Auf die Frage, ob die Syrische Eisenbahn über ein Streckenüberwachungssystem verfügt, antworteten 14,50 % der Befragten mit „ja“ und 73 % mit „unzureichend“ und 12,50 % mit „nein“ (Abb. 27).



**Abbildung 26: Verlässlichkeit.**

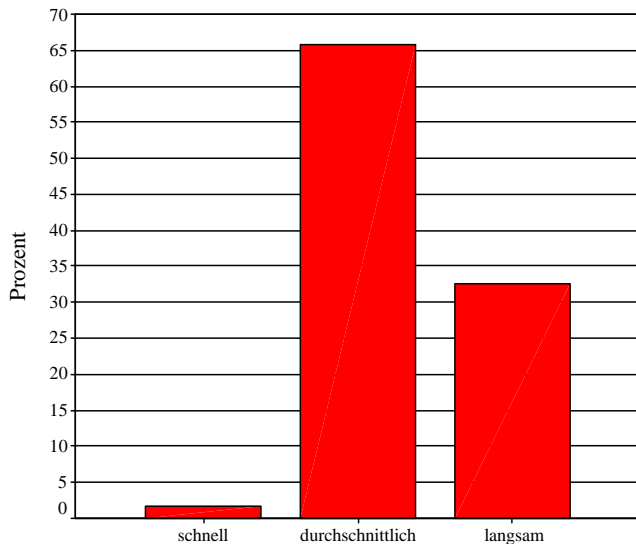


**Abbildung 27: Verfügbarkeit eines Streckenüberwachungssystems.**

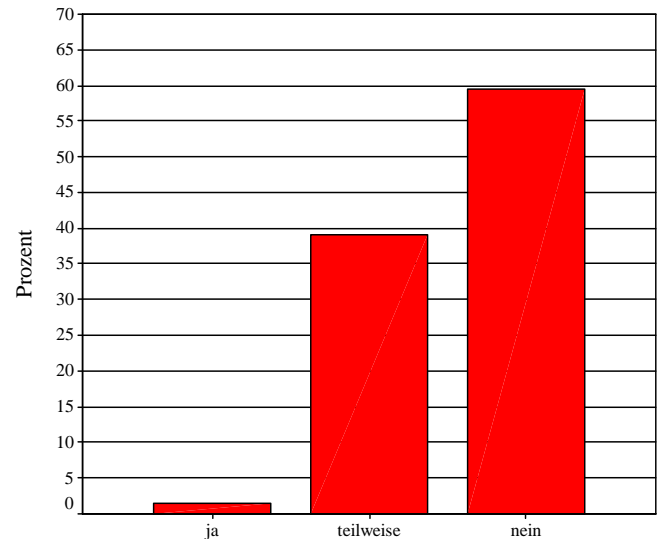
Die Mitarbeiter der Syrischen Eisenbahn sind der Meinung, dass das Sinken des Vertrauens- und Sicherheitsgrads auf die andauernden Probleme der Bahn zurückzuführen sind. Die Verschlechterungen der Bahn sind verursacht durch nicht rechtzeitig durchgeführte Reparaturarbeiten, das Fehlen von Bahnmaterialien, der Aufhäufung von Defekten, dem hohen Alter der Bahnmaterialien, und der Verschlechterung der Weichen in den Bahnhöfe wegen Abnutzung der Holzpfosten und dem Fehlen grundsätzlicher Lösungen für Probleme wie der Boden-Erosion und der Gleis-Instabilität, die Zunahme der Defekte an Signal- und Verbindungsanlagen sowie drahtlosen Verbindungen in den Bahnhöfen und Lokomotiven, zahlreiche unreguläre Übergänge für Fahrzeuge und den Mangel an Überwachung und Anweisungen an diesen Übergängen. Aufgrund dieser Probleme werden Vorbeugungsmaßnahmen, wie das Herabsetzen der Geschwindigkeit, getroffen.

- II. Hinsichtlich der Geschwindigkeit zeigt die Umfrage: 1,75 % aller Befragten findet die Syrische Eisenbahn schnell, 65,75 % finden sie durchschnittlich und 32,50 % finden sie langsam (Abb. 28).

Auf die Frage, ob die Syrische Eisenbahn auf hoher Geschwindigkeit ausgerichtet ist, antworteten 1,50 % der Befragten mit „ja“, 39 % mit „teilweise“ und 59,50 % mit „nein“ (Abb. 29).



**Abbildung 28: Geschwindigkeit .**



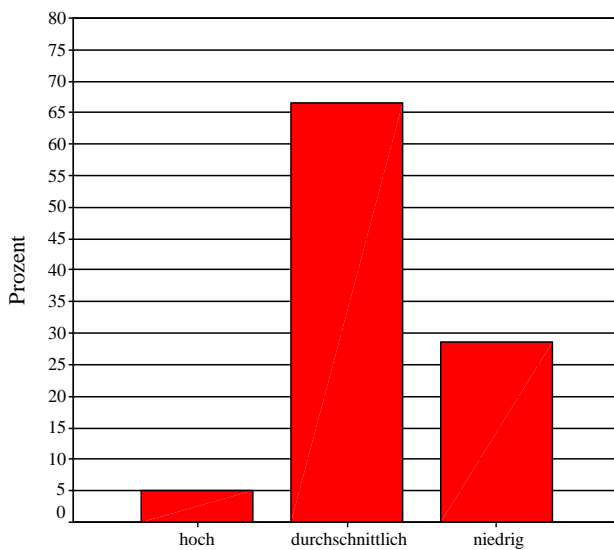
**Abbildung 29: Ausrichtung des Schienennetzes auf hohe Geschwindigkeit.**

Während die Zuggeschwindigkeit in vielen fortgeschrittenen Staaten wie Deutschland über 300 km/h erreicht, fahren die Züge in Syrien mit einer Geschwindigkeit von 60 km/h beim Personentransport und 40 km/h beim Gütertransport. Nach der Meinung der Eisenbahnmitarbeiter hat dies zahlreiche Gründe. Die Wichtigsten sind die technischen Probleme, unter denen die Syrische Eisenbahn leidet. Es gibt es eine große Menge von Ersatzteilen sehr unterschiedlichen Alters; zahlreiche Holzpfosten sind stark abgenutzt und Eisenschienen korrodiert, insbesondere auf Schienenbögen. Zudem sind die erforderlichen oberflächlichen Bahnübergänge mit zwei Ebenen nicht vorhanden, und es wurden Eisenbahnstrecken durch Gebiete mit Sandbewegung gebaut, ohne vorher ausreichend Erdestudien durchführen. Außerdem bestehen viele Probleme, da die Signal- und Verbindungsgeräte aus der Sowjetunion und ehemaligen DDR stammen sehr alt und abgenutzt sind.

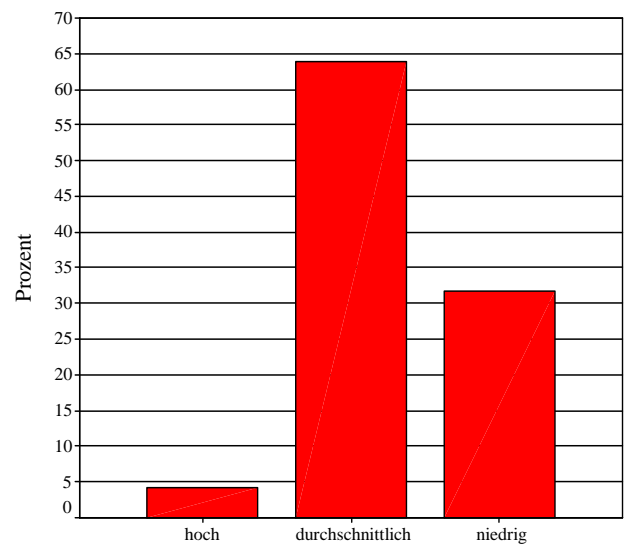
III. Der Zustand des Schienennetzes und das altmodische Signal- und Kommunikationssystem beeinflussen die Geschwindigkeit und folglich die

Pünktlichkeit der Bahn. In der Umfrage bewerteten 5 % aller Befragten die Pünktlichkeit der Syrischen Eisenbahn als hoch; 66,50 % bewerteten sie als durchschnittlich und 28,50 % als niedrig (Abb. 30).

Den Komfort der Syrischen Eisenbahn bewerteten 4,25 % aller Befragten als hoch; 64 % bewerteten ihn als durchschnittlich und 31,25 % als niedrig (Abb31).



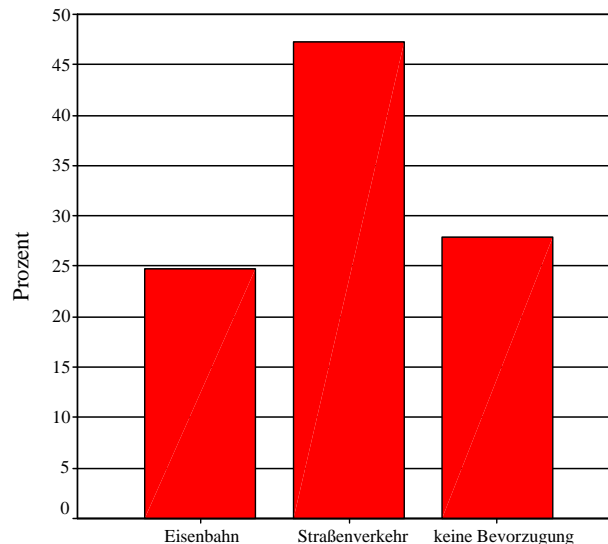
**Abbildung 30: Pünktlichkeit.**



**Abbildung 31: Komfort.**

Der geringe Komfort der Syrischen Eisenbahn ist auf die genannten technischen Mängel zurückzuführen.

- IV. Angesichts des aktuellen Zustands der Syrischen Eisenbahn in Fragen der Verlässlichkeit, Geschwindigkeit, Pünktlichkeit, Komfort, Verfügbarkeit, der Preis- und die Reklamepolitik und anderer Marketing-Probleme bevorzugt es die Mehrheit der Passagiere, im Straßenverkehr zu reisen. Die Umfrage zeigt: 24,75 % aller Befragten bevorzugen die Eisenbahn; 47,25 % bevorzugen den Straßenverkehr und 28 % bevorzugen weder Eisenbahn noch Straßenverkehr (Abb. 32).



**Abbildung 32: Bevorzugte Verkehrsmittel.**

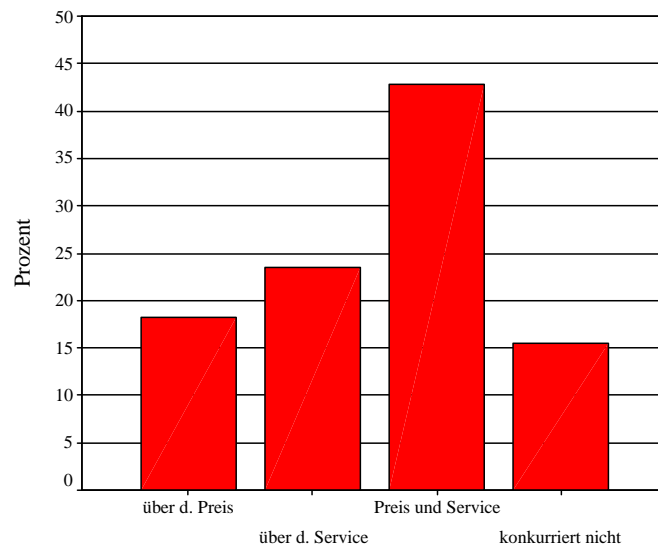
Die statistische Analyse zwischen dem monatlichen Einkommen der Angestellten und deren bevorzugte Verkehrsmittel zeigt sehr geringe Korrelation (Korrelation = -0,17). Auch die statistische Analyse zwischen dem Alter der Angestellten und deren bevorzugten Verkehrsmitteln zeigt sehr geringe Korrelation (Korrelation = -0,066). Und auch die statistische Analyse zwischen dem Geschlecht der Angestellten und deren bevorzugten Verkehrsmittel zeigt sehr geringe Korrelation (Korrelation = -0,047).

### **3.1.5 Umfrage-Bewertung der Konkurrenz**

Der Eisenbahntransport in Syrien begegnet insbesondere im Bereich des Personentransports einer starken Konkurrenz durch die Straßenverkehr, während der Lufttransport nur einen kleinen Teil zur Personentransport beiträgt, und zwar nur zwischen den drei Städten Damaskus, Aleppo und Latakia. Eine Studie der Generalorganisation für Eisenbahnen in Syrien im Jahre 2004 zeigte, dass der Eisenbahntransport (Personen- und Gütertransport) 11 % des Transports mit Bussen darstellt. [43] Die Untersuchungs- und Erkundungsbefragung über den Straßenverkehr, mit denen die Eisenbahn in Syrien konkurriert, ergab Folgendes:

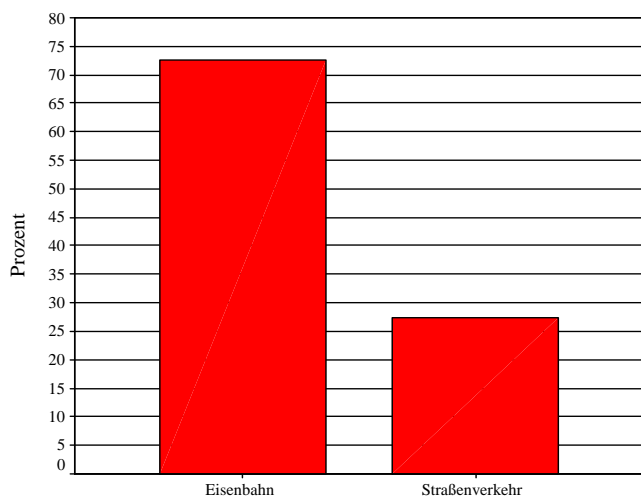
- I. 18,25 % aller Befragten fanden die Eisenbahn über ihren Preis konkurrenzfähig; 23,50 % fanden die Eisenbahn über ihren Service konkurrenzfähig; 42,75 % fanden die Eisenbahn über ihren Preis und Service

konkurrenzfähig; und 15,50 % aller Befragten fanden die Eisenbahn nicht konkurrenzfähig gegenüber anderen Straßenverkehr (Abb. 33).

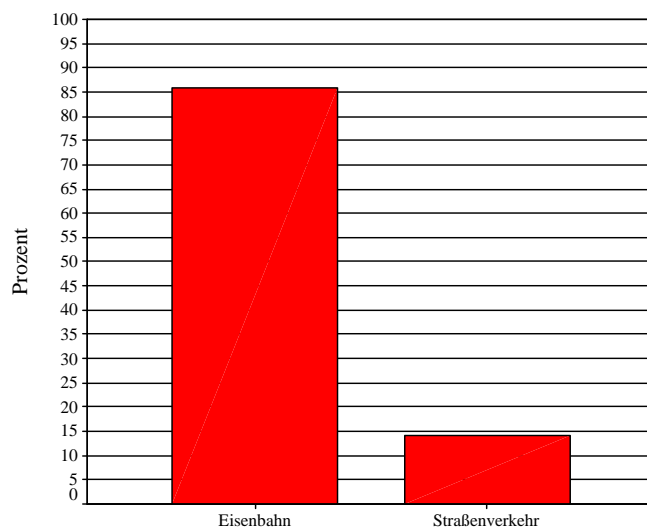


**Abbildung 33: Konkurrenzfähigkeit der Syrischen Eisenbahn gegenüber Straßenverkehr.**

- II. Im Personentransport fanden 72,50 % aller Befragten die Syrische Eisenbahn im Preis gegenüber Straßenverkehr konkurrenzfähiger, während 27,50 % aller Befragten Straßenverkehr im Preis als konkurrenzfähiger gegenüber der Syrischen Eisenbahn einstufen. Im Gütertransport bewerteten 85,75 % der Befragten die Syrische Eisenbahn und 14,25 % Straßenverkehr im Preis als konkurrenzfähiger (Abb. 34-35).

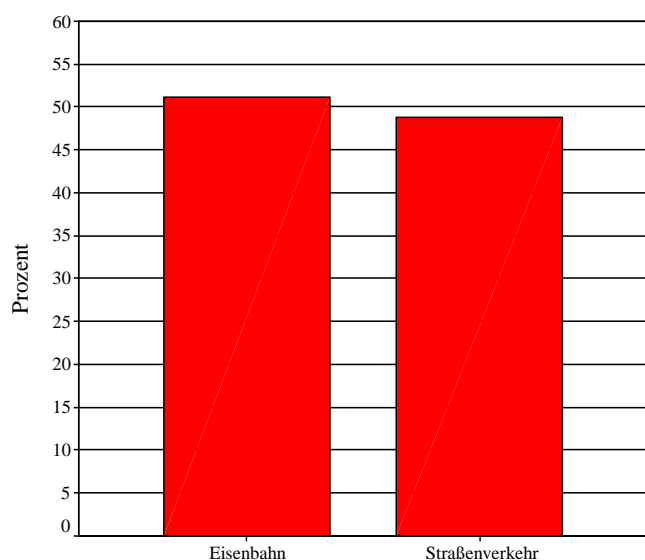


**Abbildung 34: Preis-Konkurrenzfähigkeit im Personentransport.**

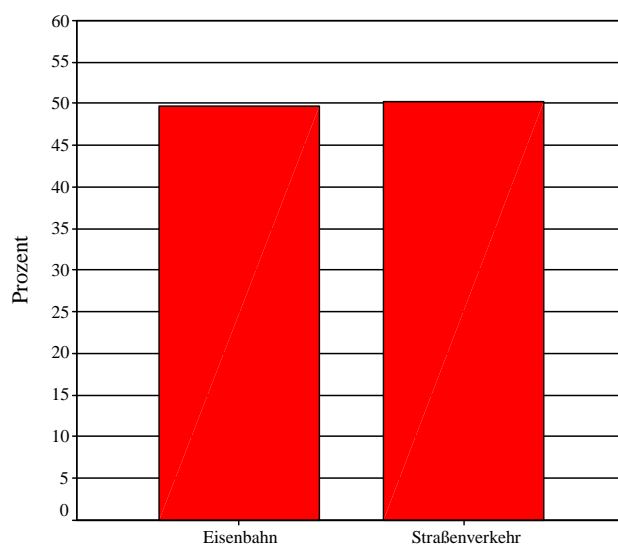


**Abbildung 35: Preis-Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport.**

III. Im Personentransport fanden 51,25 % aller Befragten die Syrische Eisenbahn im Service gegenüber Straßenverkehr konkurrenzfähiger, während 48,75 % aller Befragten den Straßenverkehr im Service als konkurrenzfähiger gegenüber der Syrischen Eisenbahn einstufen. Im Gütertransport bewerteten 49,75 % der Befragten die Syrische Eisenbahn und 50,25 % Straßenverkehr im Service als konkurrenzfähiger (Abb. 36-37).



**Abbildung 36: Service-Konkurrenzfähigkeit im Personentransport.**

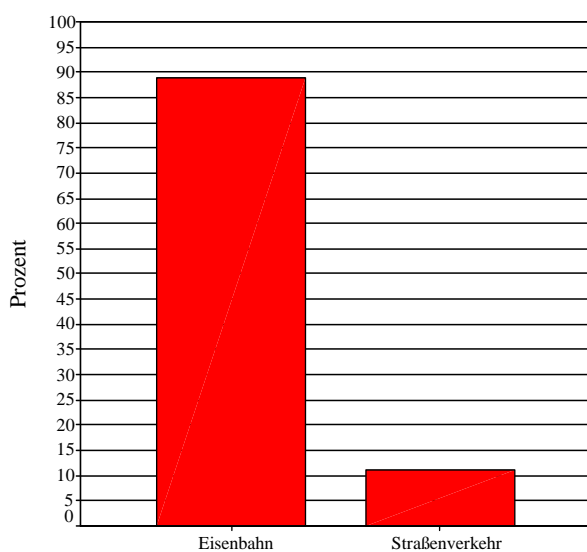


**Abbildung 37: Service-Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport.**

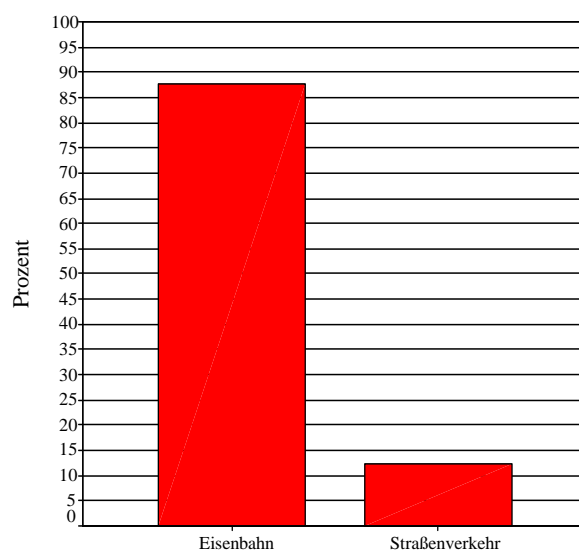


Die ähnlichen Bewertungs-Prozentsätze für die Service-Konkurrenzfähigkeit von Eisenbahnen und Straßenverkehr im Personen- und Gütertransport ergeben sich dadurch, dass jede Transportmittel seine besonderen Eigenschaften hat. Die Straßenverkehr sind aufgrund ihrer Flexibilität geeigneter bei Transporten von Tür zu Tür, während die Eisenbahn für bestimmte Waren, die spezielle Transportbedingungen benötigen, geeigneter ist, insbesondere bei langen Strecken. Außerdem gibt es beim Personentransport der Eisenbahn zwei verschiedene Klassen, was es bei dem Straßenverkehr nicht gibt.

IV. Im Personentransport fanden 89 % aller Befragten die Syrische Eisenbahn in der Sicherheit gegenüber Straßenverkehr konkurrenzfähiger, während 11 % aller Befragten den Straßenverkehr in der Sicherheit als konkurrenzfähiger gegenüber der Syrischen Eisenbahn einstufen. Im Gütertransport bewerteten 87,75 % der Befragten die Syrische Eisenbahn und 12,25 % Straßenverkehr in der Sicherheit als konkurrenzfähiger (Abb. 38 39).



**Abbildung 38: Sicherheits-Konkurrenzfähigkeit im Personentransport.**



**Abbildung 39: Sicherheits-Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport.**

Die hohe Sicherheits-Konkurrenzfähigkeit der Syrischen Eisenbahn ist nicht auf die Entwicklung von Überwachungs-, Kommunikations- und Signalgeräten, sondern auf das Herabsetzen der Geschwindigkeit und die Geringfügigkeit von Tagesreisen auf den Netzlinsen zurückzuführen.

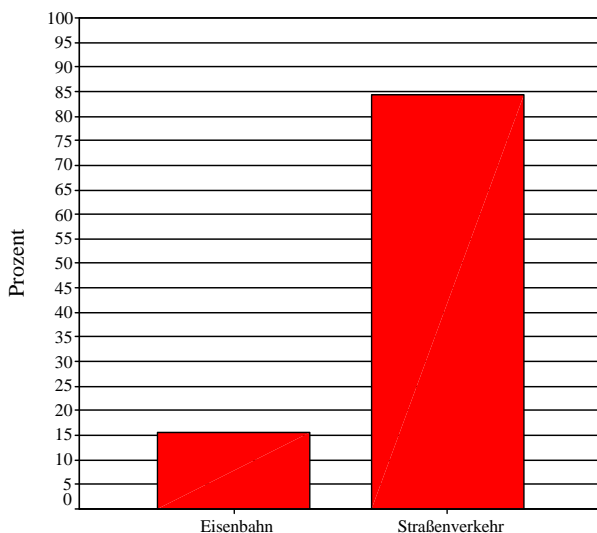
In Jahr 2003 veröffentlichte die Syrische Eisenbahn-Generalorganisation folgende Studie über das zahlenmäßige Verhältnis der Syrischen Eisenbahn- zu den Fahrzeugunfällen im Zeitraum von 1997 bis 2001: [44]

Zahl der Unfälle der Eisenbahn im Verhältnis zu Straßenfahrzeugunfällen	0,014 : 1
Zahl der Toten bei Eisenbahnunfällen im Verhältnis zu tödlichen Straßenfahrzeugunfällen	0,013 : 1
Zahl der Verletzten bei Eisenbahnunfällen im Verhältnis zu Verletzungsunfällen durch Straßenfahrzeuge	0,0008 : 1

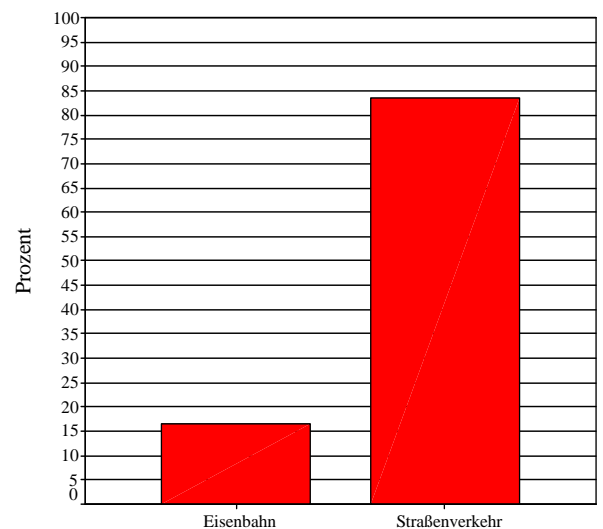
**Tabelle 6: Das zahlenmäßige Verhältnis der Syrischen Eisenbahn- zu den Fahrzeugunfällen im Zeitraum von 1997 bis 2001.**

Quelle: Die generale Institution für Syrische Eisenbahn, 2003.

V. Im Personentransport fanden 15,50 % aller Befragten die Syrische Eisenbahn in der Geschwindigkeit gegenüber Straßenverkehr konkurrenzfähiger, während 84,50 % aller Befragten den Straßenverkehr in der Geschwindigkeit als konkurrenzfähiger gegenüber der Syrischen Eisenbahn einstufen. Im Gütertransport bewerteten 16,50 % der Befragten die Syrische Eisenbahn und 83,50 % Straßenverkehr in der Sicherheit als konkurrenzfähiger (Abb. 40-41)



**Abbildung 40: Geschwindigkeits- Konkurrenzfähigkeit im Personentransport.**



**Abbildung 41: Geschwindigkeits- Konkurrenzfähigkeit im Gütertransport.**

Die geringe Geschwindigkeit der Syrischen Eisenbahn ist auf die technischen Mängel des Eisenbahnnetzes und deren Eingleisigkeit zurückzuführen.

### 3.1.6 Umfrage-Bewertung der Eigentumsform

Die Syrische Eisenbahn ist eine staatliche Gesellschaft. Der Privatsektor ist nicht an der Syrischen Eisenbahn beteiligt. Da die Restrukturierung der Syrischen Eisenbahn hohe Geldbeträge erfordert, wäre es nützlich, dem Privatsektor Investitions-Chance zu gewähren; es sind auch Teilprivatisierungen denkbar. Das würde der Syrischen Eisenbahn größere Finanzmöglichkeiten verschaffen, was ihre Entwicklungsmöglichkeiten steigern würde.

In der Umfrage bevorzugten 56,25 % aller Befragten ein Beibehalten der Verstaatlichung; 26,50 % der Befragten bevorzugten eine Privatisierung, und 17,25 % bevorzugten eine Teilprivatisierung der Syrischen Eisenbahn (Abb. 42).

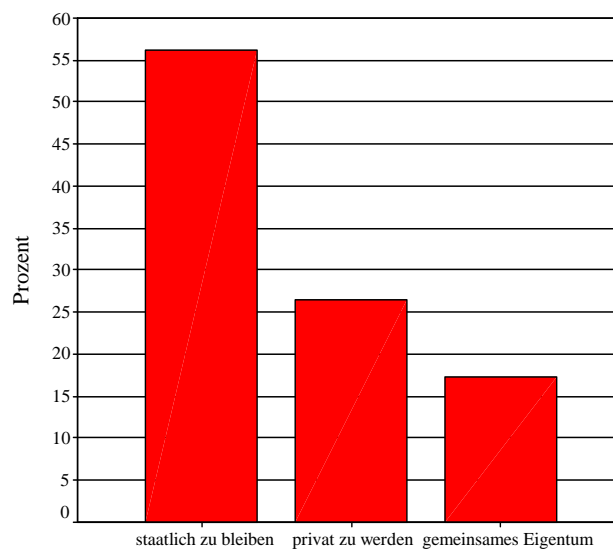


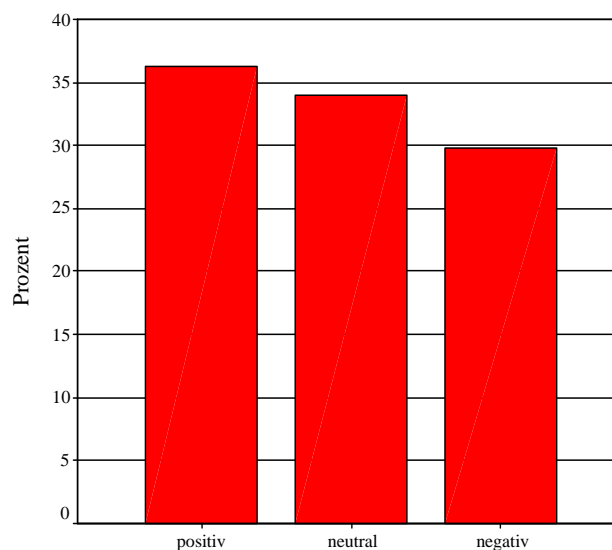
Abbildung 42: Eigentumsverhältnis.

### 3.1.7 Umfrage-Bewertung der Gesetze und Verordnungen

Da die Syrische Eisenbahn eine staatliche Gesellschaft ist, unterliegt sie demselben Gesetz, das auch die Tätigkeit der weiteren staatlichen Organisationen verwaltet. Das wirkt sich negativ auf ihren Entwicklungsfortschritt aus. Eine flexiblere Anwendung dieser Gesetze und Verordnungen würde den Entwicklungsfortschritt und die gesellschaftlichen Nutzungsmöglichkeiten der Syrischen Eisenbahn sehr fördern. Somit ließen sich auch die zu transportierenden Gütermengen und die Anzahl der Fahrgäste steigern.

Einige Mitarbeiter der Syrischen Eisenbahn meinten, dass die größten Vertriebsprobleme daher resultieren, dass Gesetzesänderungen von einigen staatlichen Verwaltungsstellen behindert würden. Somit sei eine positive Entwicklung aufgrund der Genehmigungspflicht durch zahlreiche zuständige Stellen unmöglich. Die organisatorischen Gesetze für den Syrischen Eisenbahntransport seien veraltet, und hinken den erforderlichen Modernisierungen hinterher. Dies erfordert ausgiebige Prüfungen und Modernisierungen. Es wäre sehr wichtig, dass die Organisationen der Syrischen Eisenbahn auf ihre speziellen Umstände und Bedürfnisse unabhängiger handeln könnte, da sich ihre Arbeit stark von den Arbeiten anderer staatlicher Organisationen unterscheidet.

Den Effekt von gesetzlichen Verordnungen auf die Entwicklung der Syrischen Eisenbahn bewerteten 36,25 % aller Befragten als positiv; 34 % bewerteten ihn als neutral, und 29,75 % bewerteten ihn als negativ (Abb. 43).



**Abbildung 43: Effekte gesetzlicher Verordnungen auf die Entwicklung.**

### **3.1.8 Abschließende Zusammenfassung der Umfrageergebnisse**

Bei der Befragung zeigt sich, dass die Transportpreise der Syrischen Eisenbahn bis zu einem gewissen Grad den angebotenen Dienstleistungen entsprechen. Das heißt aber nicht, dass die angewendeten Preise wissenschaftlich und gemäß bekannter wirtschaftlicher Grundlagen untersucht sind. Weil die angebotenen Dienstleistungen sehr mangelhaft sind, hat die Direktion keine andere Wahl außer der allgemeinen Preissenkung. Daher blieben die Preise

seit 1996 nahezu stabil. Die meisten der Befragten Personen fanden den Beförderungspreis (beim Personen- und Gütertransport) der syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr nicht teuer.

Anhand der Umfrageergebnisse ist erkennbar, dass die Werbung für die Syrische Eisenbahn ein großes Problem darstellt, sowohl in Fragen des Reklameumfangs als in Fragen der Glaubwürdigkeit.

Die Fahrgäste bewerten die Reservierungs- und Reiseordnung der Syrischen Eisenbahn hauptsächlich als unmodern. Die Mitarbeiter der Syrischen Eisenbahn sind der Meinung, dass das Sinken des Vertrauens- und Sicherheitsgrads auf die andauernden Probleme der Bahn zurückzuführen sind, und nicht rechtzeitig durchgeführte Reparaturarbeiten.

Die Geschwindigkeit, die Pünktlichkeit und der Komfort werden von den Befragten überwiegend als durchschnittlich empfunden. Nach der Meinung der Eisenbahnmitarbeiter hat dies zahlreiche Gründe. Die Wichtigsten sind die technischen Probleme, unter denen die Syrische Eisenbahn leidet

Die ähnlichen Bewertungs-Prozentsätze für die Service-Konkurrenzfähigkeit von Eisenbahnen und Straßenverkehr im Personen- und Gütertransport ergeben sich dadurch, dass jede Transportmittel seine besonderen Eigenschaften hat. Die Straßenverkehre sind aufgrund ihrer Flexibilität geeigneter bei Transporten von Tür zu Tür, während die Eisenbahn für bestimmte Waren, die spezielle Transportbedingungen benötigen, geeigneter ist.

Der Sicherheitsgrad der Syrischen Eisenbahn wird überwiegend als durchschnittlich beurteilt. Die als hoch eingeschätzte Sicherheits-Konkurrenzfähigkeit ist nicht auf die Entwicklung von Überwachungs-, Kommunikations- und Signalgeräten, sondern auf das Herabsetzen der Geschwindigkeit und die Geringfügigkeit von Tagesreisen auf den Netzlinien zurückzuführen.

Da die Syrische Eisenbahn eine staatliche Gesellschaft ist, wäre es nützlich, dem Privatsektor Investitions-Chancen zu gewähren; es sind auch Teilprivatisierungen denkbar. Das würde der Syrischen Eisenbahn größere Finanzmöglichkeiten verschaffen, was ihre

Entwicklungsmöglichkeiten steigern würde. Bei der Umfrage bevorzugten 56,25 % aller Befragten ein Beibehalten der Verstaatlichung.

Die Syrische Eisenbahn unterliegt demselben Gesetz, das auch die Tätigkeit der weiteren staatlichen Organisationen verwaltet. Das wirkt sich negativ auf ihren Entwicklungsfortschritt aus. Diese organisatorischen Gesetze für den Syrischen Eisenbahntransport sind veraltet. Dies erfordert ausgiebige Prüfungen und Modernisierungen.

### **3.2 Mögliche wirtschaftliche Methoden zur Lösung der Marketing-Probleme beim Personen- und Gütertransport der Syrischen Eisenbahn**

Vor der Industrierevolution hatte das Marketing keine Bedeutung, da die Produktion nicht in der Lage war, die Verbraucherbedürfnisse zu erfüllen, und wegen der Nähe der Produzenten am Verbraucher. Nach der Industrierevolution veränderte sich die Lage; die Produktion dehnte sich umfangreich aus und nahm im Volumen zu. Die Verkehrsmittel verbesserten sich und dienten als Knotenpunkt zwischen den Produktionsstätten und Verbrauchsmärkten. Trotzdem richteten die Geschäftsleute ihr Interesse nicht auf die Analyse ihrer Marketing-Probleme. Das fand erst im vierten Quartal des 19. Jahrhunderts statt. Der schleppende Absatz auf den amerikanischen Märkten im Jahre 1973 trieb die Geschäftsleute zu Studien von Marketing-Methoden, insbesondere als aufgrund der schwachen Nachfrage die Warenvorräte stark anstiegen. Die ständig rückläufigen Verkaufsabsätze und die sinkende Zahl von Vertragabschlüssen führte dazu, dass das Marketing-Problem nach enorm an Bedeutung gewann. Infolge der Veränderung der wirtschaftlichen und soziologischen Umstände, welche die Entwicklung der Marketing-Wissenschaften begleiteten, entstand der amerikanische Verband für Marketing. Das Marketing wurde definiert für die Durchführung von Projektsaktivitäten, die die Strömung von Waren und Dienstleistungen vom Produzent zum Endverbraucher orientieren. [45]

Prof. **Mc Carthy** definiert das Marketing als Durchführung von Projektsaktivitäten, das die Strömung von Waren und Dienstleistungen vom Produzent zum Endverbraucher oder Industriekäufer zum Sättigungszweck der Kundenbedürfnisse und Realisierung der Projektsziele orientieren. [46]

Prof. **STANTON** definiert das Marketing als ein vervollständigtes System, in dem mehrere Aktivitäten wirken, die zur Planung und Absatz von Waren und Dienstleistungen für die gewärtigen und erwarteten Verbraucher dienen. [47]

Die Professoren **BUZZEL**, **NOURSE**, **MATHEWS** und **LEVITT** definieren das Marketing als die Tätigkeitsaktivität, die im Zusammenhang mit Bestimmung und Aktivierung der Nachfrage auf die Waren und Dienstleistungen der Anlage, und Begegnung dieser Nachfrage durch Anbieten von Waren und Dienstleistungen in der erwünschten Form und des Volumens, und Erfüllung des Gewinns und andere Ziele der Anlage durch Bestimmung, Sättigung und Aktivierung der Nachfrage. [48]

Beide Professoren **CARNN** und **UHI** definieren das Marketing als den Vorgang oder die Aktivität in jeder Gesellschaft, gemäß dessen die Nachfrage auf Waren und Dienstleistungen erwartet werden kann. Dann wird die Nachfrage durch den Absatz und die Verkaufsanreize dieser Waren und Dienstleistungen aktiviert. [49]

Prof. **ROSENBERG** definiert das Marketing als einen Anpassungsvorgang auf Grund der Ziele und Fähigkeiten eines Unternehmens, mit Hilfe dessen ein Marketing-Mix (Waren oder Dienstleistungen, Vertrieb, Preisstellung und Absatzwege) zur Befriedigung die Verbraucherbedürfnisse geplant werden kann. [50]

Andere Ökonomen versuchten zwischen zwei Marketing-Arten zu unterscheiden:

- Marketing des Absatzes: Alle Aktivitäten, die der Produzent zum Verkauf seiner Produkte oder Dienstleistungen unternimmt.
- Marketing des Bezugs: Alle Aktivitäten, die der Verbraucher zum Erwerb von Produkten oder Dienstleistungen unternimmt.

Es wurde auch zwischen dem Käufermarkt, auch Nachfragemarkt genannt, und Verkäufermarkt unterschieden.

- Im Käufermarkt befindet sich der Verbraucher gegenüber dem Produzenten in einer besseren Marktlage, was den Produzenten dazu treibt, aktiver beim Absatz seiner Produkte und Dienstleistungen zu sein.

- Im Verkäufermarkt befindet sich der Produzent in einer besseren Lage, was den Verbraucher dazu treibt, aktiver beim Erwerb von Produkten und Dienstleistungen zu sein.

Zusammenfassend lässt sich das Marketing als eine Untersuchung der Bedarfswaren, Erfordernisse, deren Bestimmung, deren Erregung, Antriebe, und anschließend deren Befriedigung definieren. Es ist das exakte Verständnis von dem, was an wen, wann, wie und in welcher Menge verkauft werden kann. Das Marketing ist ein Allgemeinausdruck, der für sämtlich Marktbereiche und allen Gesellschaftsformen verwendet wird. Es stellt sich daher die Frage, ob man diesen Ausdruck auch im Bereich des Eisenbahntransports verwenden kann.

Das Marketing im Sektor des Eisenbahntransports stützt sich auf eine Reihe von Funktionen, die sich wie folgt zusammenfassen lassen:

- die Bestimmung des Programm- und Politikmarketings verschiedener Institutionen und Ämter, die Haupt- und Nebenziele der verschiedenen Abteilungen innerhalb der Marketing-Verwaltung.
- Konstruktion und Durchführung von Vermessungen und Studien, die im Zusammenhang mit den Verbrauchern, Konkurrenten oder Transportumständen im Allgemeinen in Verbindung stehen, und Vornahme von Analysen und Erklärungen der zur Behandlung der erwarteten Marketing-Probleme gesammelten Angaben.
- Analyse der Preise aller konkurrierenden Transportmittel, sowie die Entwicklung einer Preispolitik, welche die Ausgeglichenheit zwischen den objektiven Zielen auf der einen Seite und dem Erwartungen deren Verbraucher auf der anderen Seite erfüllt.
- Stetige Messung des Umfangs der Absatzaktivität.
- Verfahrensbestimmung der Verkaufsanreize, wie Ausstellungen, Konferenzen und Preisdiskussionen, zusätzlich die Qualifikation und dauerhafte Ausbildung von Absatzvertretern, Mitarbeitern der Fahrkartebestellung und Mitarbeitern der Marketing-Verwaltung und deren Direktionen.

Im Allgemeinen umfasst die Marketing-Strategie der Eisenbahn die Untersuchung der Umwelt der Organisation, beeinflussende Faktoren und die Untersuchung der Hauptelemente der Marketing-Mix (angebotene Dienstleistungen, Preis, Vertrieb und Absatzwege).



### **3.2.1 Die Umwelt der Organisation:**

Es ist erforderlich, dass die Generalorganisationsverwaltung der Syrischen Eisenbahngesellschaft, insbesondere das Marketing-Direktorat, die Haupt-Umweltfaktoren ernst nehmen, welche die Organisation umgeben und deren Tätigkeiten beeinflussen. Diese Faktoren beinhalten zwei Hauptgruppen:

#### **3.2.1.1 Innere Umweltfaktoren:**

Sie beziehen sich auf die Organisation, und sind somit relativ leicht kontrollierbar. Sie beinhalten die Beziehung zwischen dem Marketing-Direktorat und den anderen Direktoraten, sowie die Beziehung zwischen dem Marketing-Direktorat, den Mitarbeitern der Organisation, den Fahrgästen und den Reservierungs- und Reisevertretern.

#### **3.2.1.2 Äußere Umweltfaktoren:**

Dabei handelt es sich um die demographischen, soziologischen, wirtschaftlichen- und Konkurrenzfaktoren, die Gesetze, Ordnungen und Technologiefaktoren. Sie sind nicht kontrollierbar; trotzdem darf der Vertriebsangestellte sie nicht vernachlässigen, weil die Durchführung deren Analyse ihm verdeutlicht, ob die Organisation in der Zukunft eine Chance oder Nachteile finden wird. [51] Die Analyse der Außenumwelt beginnt mit einer exakten Umweltvermessung und der Sammlung sämtlicher im Zusammenhang mit den Umweltfaktoren der Organisation stehenden Angaben. Dann führt das Marketing-Direktorat den Analyse- und Bewertungsvorgang dieser Angaben durch. Danach beginnt der Voraussage- und Beschlussfassungsvorgang unter dem Aspekt der erzielten Ergebnisse. Folgend sind die äußeren Umweltfaktoren und ihr Einfluss auf Tätigkeit der Generalorganisation der Syrischen Eisenbahn erläutert:

##### **3.2.1.2.1 Demographische und soziologische Faktoren**

Das Marketing-Direktorat der Syrischen Eisenbahnen benötige zur Analyse der demographischen und gesellschaftlichen Faktoren der Syrischen Gesellschaft eine

Datensammlung, welche die Organisationen und Personen, deren heimatliche Sitten, Arten des Benehmens, sowie Geburtenziffer, Bewohnerverteilung nach Alter, Wohngebiet, Bildungs- und Einkommenstand und weiteres enthält. Die statistische demographische und gesellschaftliche Analyse hilft den Vertriebsangestellten bei der Bestimmung und Erfassung der Marktsektoren und der Vertriebsstrategien, die für jeden dieser Sektoren verwendet werden kann. Beispielsweise suchen Personen mit hohem Einkommen eher nach Stolz und Prahlerei; ein hoher Fahrpreis ist für sie eher nebensächlich. Sie bevorzugen es, mit der ersten Klasse zu fahren, um eine besondere Dienstleistung zu erhalten; im Gegensatz zu den Personen mit niedrigem Einkommen. Raucherfahrgäste bevorzugen bei langen Fahrtzeiten eher einen Waggon für Raucher. Wenn in einzelnen Städten viele Studenten leben, die täglich in eine bestimmten Stadt zur Universität fahren müssen, beispielsweise Personen aus Tartous, die in Latakia studieren, dann erfordert dies eine Zunahme der anzubietenden Reisen sowie eine Auswahl der Reiseternine, die den Bedürfnissen der Studenten entspricht. Bei einer Befragung von 438 Fahrgästen im Jahre 2005 meinten 53 % aller Befragten, dass die bereitgestellten Dienstleistungen der Syrischen Eisenbahn nicht die Bedürfnisse der Reisenden erfüllt, und 79 % meinten, dass die Fahrzeitplan ihnen Bedürfnissen nicht entspricht. [52]

Aus Marketing-Sicht ist der Verbraucher das Zielobjekt aller Waren und Dienstleistungen. Folglich sollten die Marketing-Bemühungen auf die Verbraucherwünsche ausgerichtet sein. Dazu gehört, die psychologischen und demographischen Eigenschaften der Verbraucher sowie die verschiedenen Stadien der Meinungsbildung vor dem Kauf zu analysieren und zu kennzeichnen. [53]

#### **3.2.1.2.2 Wirtschaftliche Faktoren**

Als wirtschaftliche Faktoren sind das Syrische Einkommensniveau, der Inflationsdurchschnitt, der Produktivitätsstand und die Arbeitslosigkeitskennzahlen zu nennen. Sie spiegeln die Produktivität der Wirtschaft und den Einfluss des Staates auf die Verbraucher und die Gesellschaft wieder. Während einer guten wirtschaftlichen Situation können die Verbraucher mehr Geld ausgeben. Die Industrie und Dienstleistungsanbieter können somit höhere Gewinne erzielen. Im Falle der wirtschaftlichen Stagnation bündeln sich die Ausgaben der Personen hauptsächlich auf die erforderlichen Bedarfsgüter. Das wirkt sich insgesamt

negativ auf die Industrie und Dienstleistungsanbieter aus, also auch auf die Transportleistungsanbieter.

Der Vertriebsangestellte versucht die Auswirkungen der wirtschaftlichen Faktoren einzuschätzen. Dies ermöglicht ihm, Nutzen aus den Vorzügen dieser Veränderungen zu ziehen, und die erwarteten nachteiligen Veränderungen auf ein Minimum herabzusetzen.

### **3.2.1.2.3 Konkurrenzfaktoren**

Es gibt drei Konkurrenzfaktoren, um die sich die Organisationen kümmern sollen. Dabei handelt es sich um die Art der Konkurrenz, die Möglichkeit des Eintritts und Austritts der Konkurrenten in und aus dem Markt, und die Veränderungen der Konkurrenzstrategie. In Syrien ist zwischen zwei Konkurrenzarten zu unterscheiden.

Der Eisenbahntransport wird durch die Regierung gesteuert (staatlicher Sektor). Der Staat steuert die Preispolitik und den Absatz der Transportsdienstleistungen. Eine Konkurrenz ist in diesem Fall nicht vorhanden, da die Eisenbahn dem staatlichen Monopols unterliegt. Beim Transport auf Straße und Schiene gibt es in Syrien eine Konkurrenz zwischen den zahlreichen privaten Straßentransportfirmen untereinander und mit der Eisenbahn. Sie unterscheiden sich im Service beim Transport nur unwesentlich; somit sind die Fahrgastzahlen breit verteilt. Besonders die Straßentransportfirmen stützen sich in Syrien bei der Preisgestaltung stark an die Konkurrenz, wodurch die Preise in Abhängigkeit vom Bedarf an Transportsdienstleistungen ständig schwanken. Die Eisenbahn gerät aufgrund ihrer Preisstabilität und der ungenügenden Anpassung der Preise an die angebotenen Dienstleistungen, somit in finanzielle Schwierigkeiten.

Auf Grund diesen Umständen des Syrischen Landtransports, führt die Konkurrenz zur Kostenzunahme für die Eisenbahn; durch die Aufteilung des Fahrgäste-Volumens auf die verschiedenen Transportmittel steigt der Nutzen des einen auf Kosten des anderen Transportmittels. Das geschieht beispielsweise in Syrien. Während sich die privaten Transportsdienstleister die Aufteilung des Marktes zu Nutzen machen, entstehen bei der Bahn besonders Kosten. Die staatliche Bahn ist verpflichtet, ständig ausreichend Transportmöglichkeiten bereitzustellen. Verglichen mit der Kundenanzahl während der Spitzenzeiten liegt die Anzahl der Bahnkunden außerhalb der Spitzenzeit deutlich niedriger.

Die Kapazitäten der Eisenbahn werden außerhalb der Hochsaison also nicht ausgenutzt; die durchschnittlichen Inbetriebnahme-Kosten und insbesondere die fixen Kosten für Waggons, Züge, Bahnhöfe und weiterem steigen somit an. Steigende Konkurrenz hat folglich steigende Kosten für die Eisenbahn und anschließend die Herabsetzung des Dienstleistungsniveaus zur Folge. Unter den gegenwärtigen Umständen sollte das Marketing-Direktorat Studien über die Veränderungen, die sich im Sektor des Landestransports ereignen können, durchführen und Konkurrenten schwächen. Wenn Einige Konkurrenten auf dem Markt nicht mehr existieren können, kann die Bahn den eigenen Marktanteil und somit den Gewinn zu erhöhen. Das Marketing-Direktorat sollte die Pläne und Schwachpunkte der Konkurrenten analysieren und daraus eigene Pläne erstellen. Die Eisenbahn würde somit in die Lage versetzt, eigenen Nutzen aus den Schwachstellen der privaten Konkurrenz- Straßentransportfirmen zu ziehen.

#### **3.2.1.2.4 Gesetze und Verordnungen**

Die Syrische Eisenbahn ist eine staatliche Gesellschaft, die durch Gesetze und Verordnungen regiert wird, an die sich alle staatlichen Gesellschaften halten müssen. Jede Veränderung oder Entwicklung ihrer Handlungsmethoden benötigt die Zusage von zahlreichen zuständigen Behörden. Das erfordert lange Zeit, und hindert die Syrische Eisenbahn, schnell auf die Vertriebsstrategieränderungen der konkurrierenden Straßentransportgesellschaften zu reagieren. Die Tätigkeitsumstände der Syrischen Eisenbahngesellschaft unterscheiden sich von den Tätigkeitsumständen anderer staatlicher Gesellschaften. Daher sollte sie spezielle Geschäftsordnungen haben, die es ihr ermöglichen, flexibel handlungsfähig zu bleiben, um stetige Entwicklungen und Erneuerungen zu gewährleisten, die ihr eine höhere Konkurrenzfähigkeit verleiht.

#### **3.2.1.2.5 Technische Faktoren**

Eine technologische Erfindung ist eine Umsetzung technologischer Kenntnisse zu materiellen Tatsachen; alle brauchbaren technologischen Erfindungen können von der breiten Gesellschaft verwendet werden. Es ist eine Tatsache, dass sich die Technologie jederzeit in den verschiedensten Lebenssituationen widerspiegelt. [54]

Der Eisenbahntransport in vielen Ländern setzt größtenteils auf moderne Technologien ihrer Kontroll-, Kommunikations-, Signal- und Verkehrssysteme, als auch ihrer Reservierungs- und Reisesysteme und alles was im Zusammenhang mit dem Eisenbahntransport steht. Trotz weitreichender technologischer Entwicklungen stützt sich die Syrische Eisenbahn noch immer auf altmodische Systeme. Das hat negative Auswirkungen auf das Volumen im Personen- und Gütertransport. Auch das Marketing-Direktorat der Syrischen Eisenbahn sollte die technologischen Fortschritte nutzen, die ihre Arbeitssysteme verbessern können. Somit ließen sich Transportsdienstleistungen besser erklären, verstehen und absetzen.

### **3.2.2 Marketing-Mix**

Der Marketing-Mix des Eisenbahntransports besteht aus vier ineinander greifenden Hauptelementen. Darüber hinaus müssen die Vertriebsangestellten ausreichend Erfahrung in der Erstellung einer Marketing-Strategie haben.

#### **3.2.2.1 Die Dienstleistungen im Transportsektor**

Dienstleistungen sind die Arbeiten, Ausführungen und Ideen, die von den Dienstleistungs-Anbietern getätigt werden. Sie sind definiert als alle Wirtschaftsaktionen, deren Ausgänge keine physikalischen Produkte sind; sie werden verbraucht, während sie produziert werden, und stehen in verschiedenen Formen (Transport, Gesundheit, Unterhaltung usw.) zur Verfügung, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. [55]

Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport unterscheiden sich von industriellen oder landwirtschaftlichen Produkten. Es bedarf einer Erklärung deren wesentlicher Unterschiede, um die entsprechenden Marketing-Methoden zu verstehen:

- Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport stützen sich hauptsächlich auf Bequemlichkeit, Sicherheit, Komfort, Geschwindigkeit, Pünktlichkeit und mögliche Fahrtzeitenreduzierungen. Gegenteilig zu den industriellen und landwirtschaftlichen Produkten, die verpackt und zu den Märkten versendet werden, findet die Dienstleistung an ihrem Entstehungsort statt.

- Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport zeichnen sich durch ihre zeitliche Bindung und die Unmöglichkeit ihrer Lagerung aus. Die Dienstleistung findet ohne Zeitverzögerung an ihrem Entstehungsort statt; so können beispielsweise ungebuchte Plätze während einer bestimmten Reise nicht ein zweites Mal angeboten werden, der Verlust ist endgültig. Dagegen können Produktionswaren gelagert und später verkauft werden; möglicherweise auch gegen einen Preisnachlass. Die Aufbewahrung von Dienstleistungen ist nicht möglich.
- Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport sind als Gemeinsames zu betrachten; sie sind stark mit bestimmten Personen verbunden, was sie unteilbar macht. Um einen Fahrgast bei der Reise mit der Syrischen Eisenbahn zufrieden zu stellen, reicht es nicht aus, ihm einen bequemen Sitz und Klimatisierung zu bieten. Die Dienstleistung beginnt bereits zum Augenblick des Eintritts des Fahrgastes ins Reservierungsbüro, und endet mit seiner Ankunft am Endziel. Dazu gehört das gute Benehmen der Angestellten in den Reservierungsbüros und während der Reise, Sauberkeit der Bahnhöfe und das dortige Vorhandensein von Dienstleistungen wie einem Kiosk zum Kaffee-Verkauf, Zigaretten, Zeitungen, Zeitschriften und weiterem. Hinzu kommen die Pünktlichkeit und weitere Dienstleistungen. Der Verstoß gegen einen dieser Dienstleistungs-Bedürfnisse, bewegt den Fahrgast dazu, ein anderes Transportmittel zu wählen, welches seine Wünsche und Bestrebungen besser erfüllt. Darunter leidet auch die Syrische Eisenbahn. Wenn jemand beispielsweise eine Handelsware in der Werbung entdeckt, mit dem Preis zufrieden ist, und die Ware kaufen möchte, dann geht dieser potentielle Kunde in ein Geschäft, um die Ware zu kaufen. Für die Kaufentscheidung des Kunden ist es unbedeutend, ob der anwesende Verkäufer freundlich oder unaufmerksam und gleichgültig ist, da die Entscheidung bereits über den Preis und die Marke getroffen wurde.
- Der Kunde ist nicht der direkte Besitzer einer Dienstleistung; so gehört ihm beispielsweise nicht der Sitz im Bahnwaggon, sondern er hat während der Fahrt nur das Verwendungsrecht für eine bestimmte Zeit. Im Gegenteil dazu gehen industrielle oder landwirtschaftliche Produkte mit dem Kauf direkt in den eigenen Besitz über.

Es lässt sich zusammenfassen, dass die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport viele Genauigkeit, Sorge und Interesse der Marketing-Direktion und deren abhängigen Direktions-

Mitarbeitern erfordert, da diese Dienstleistungen nicht materiell und nicht voneinander trennbar sind. Zudem geht dabei kein Produkt in den Besitz des Kunden über.

Im Bezug auf den Syrischen Eisenbahntransport ergab die Befragung, dass sich die Dienstleistungs-Eigenschaften noch immer unter dem gewünschten Niveau befinden, sowohl in Fragen der Geschwindigkeit, des Luxus, der Pünktlichkeit, des Vorhandenseins von Reservierungsbüros, der täglichen Reisen und der Sicherheit. Das schwächt die Syrische Eisenbahn gegenüber den konkurrierenden privaten Straßentransportmitteln. Jede Ware durchläuft fünf Phasen während ihrer Marktpräsenz; darunter versteht man den Produktlebenszyklus. Dies sind die Einführungs-, Wachstums-, Reife-, Sättigungs- und Rückgangsphase. [56] Im Syrischen Eisenbahntransport sind die Reife- und Sättigungsphase auf dem Markt bisher nicht eingetroffen; nach der Wachstumsphase folgte umgehend die Rückgangsphase. Daher ist ein breiteres Interesse an der Entwicklung der Dienstleistungen der Syrischen Eisenbahn erforderlich. Von den zuständigen Personen, insbesondere in der Marketing-Direktion, erfordert dies ein zeitliches Rahmenprogramm für deren Entwicklung durch Verbesserung der gegenwärtigen angebotenen Dienstleistungen sowie der Entwicklung neuer Dienstleistungen, um das Interesse der Fahrgäste zu wecken und ihnen den Antrieb zu verschaffen, mit der Syrischen Eisenbahn zu reisen. Möglich ist dies durch Erneuerungen und Neuentwicklungen von Schiene, Waggons, Zügen sowie durch stetige Aus- und Fortbildung der Arbeitskräfte im Bereich des Marketings. Außerdem lässt sich Nutzen aus den Erfahrungen facherfahrener Länder, wie beispielsweise Deutschland, ziehen, sowie durch Entsendung von Stipendiaten und Durchführung wissenschaftlicher Forschungen.

### **3.2.2.2 Die Preisstellung**

Die Preisstellung sämtlicher Waren und Dienstleistungen erfordert sehr wichtige Marketing- und Verwaltungsbeschlüsse, da der Preis einer der Hauptfaktoren in der Marketing-Strategie ist und verschiedene Rollen spielt. [57] Aus Sicht des Verbrauchers stellt der Preis den Wert dar, den der Anbieter für eine Ware oder Dienstleistung festlegt, bzw. ist er die Darstellung des Vorteils oder Nutzens. Der Preis wird auch als eine Zahlungsbereitschaft der Verbraucher beschrieben. Das Interesse der Verbraucher am Erwerb der Ware oder Dienstleistung sowie die daraus erwarteten Nutzen bestimmen ihren möglichen Preis. Für die Entwicklung einer Ware oder Dienstleistung kann eine lange Zeit vergehen. Der Preis kann erhöht oder

herabgesetzt werden, abhängig von den Veränderungen der Marketing-Umwelt. Die Preisstellung der Syrischen Eisenbahn ist kein einfacher Vorgang, und lässt sich nicht einfach errechnen. Bei der Syrischen Eisenbahn wird sie durch die Marketing-Abteilung vorgenommen. Es ist nicht einfach für die Marketing-Direktion, eine Preisstellung zu kalkulieren, die kostendeckend ist und gewinnbringend ist. Der Preisstellungsvorgang erfordert eine exakte Schätzung der fixen und variablen Kosten, insbesondere für lange kostspielige Strecken. Auch die Ansichten und die Akzeptanz der Verbraucher gegenüber den Preisen beeinflusst den Preisstellungsvorgang. Dazu kommt die nicht zu vernachlässigende Konkurrenz. Mögliche neue Konkurrenten auf dem Markt und ihre Vertriebsstrategien sind bei der Preisstellung von der Marketing-Direktion zu beachten. Die Befragung ergab, dass die Preise des Syrischen Eisenbahntransports theoretisch annehmbar sind. Sie bedürfen jedoch einer wissenschaftlichen Grundlage für deren Berechnung. Die derzeit geltenden Preise wurden im Jahr 1996 festgelegt. Seitdem bleiben sie fast unverändert. Es gab also seitdem keine Kostenanpassung an die veränderten wirtschaftlichen Umstände und die Konkurrenzsituation, trotz der syrischen Einkommens- und Preisniveausteigerungen. Das weckt beim Verbraucher den Eindruck, dass die angebotenen Dienstleistungen seitdem nicht weiterentwickelt und verbessert wurden. Daher ist es erforderlich, dass die Marketing-Direktion die Preise des Eisenbahntransports überprüft und nach wirtschaftlichen Kostenrechnungen anpasst. Dies ist abhängig von folgenden Umständen:

#### **3.2.2.2.1 Die Wahl der Preisstellungsziele**

Beabsichtigt eine Preisstellung den Verbleib und die Fortdauer auf dem Markt, greifen einige Transportorganisationen dazu auf Preisstellungen für ihre Dienstleistungen zurück, die kurzfristige sogar unter den Selbstkosten liegen, also verlustreich sind. Die Preise sollten daher flexibel sein, um auf solche Preise reagieren zu können, und um vom Waren- oder Dienstleistungsanbieter verwendet werden zu können. Dabei sind die Fähigkeiten der Anbieter und ihre inneren Umstände auf dem Zielmarkt zu beachten.

Die Preisstellung kann auch eine Gewinnrealisierung anstreben; die meisten wirtschaftlichen Projekte streben eine Realisierung des größtmöglichen Gewinns an. Das hängt hauptsächlich von der Preisstellungspolitik ab. Außerdem kann die Preisstellung Einkünfte des investierten Kapitals und eine Gewinnrealisierung anstreben. Das ermöglicht der Gesellschaft langfristige Aktivitäten mit einer Betrachtung des Jahresgewinns im Vergleich zum Vorjahr.



Große Gesellschaften, wie die Deutsche Bahn, stützen sich in ihrer Preispolitik auf Berechnungen von Einkünften aus dem investierten Kapital, während sich die Preispolitik in Entwicklungsländern, wie Syrien, auf Berechnungen für die Einkünfte des investierten Kapitals stützt. Die Einkünfte werden ungeplant erzielt. Das ist ein Resultat aus der Tatsache, dass Angaben über die Kosten und Gesamteinkünfte für die Voraussage der erwünschten Investitionen, nicht ausreichend vorhanden waren.

Einige Gesellschaften zielen mit ihrer Preispolitik eine Zunahme des Marktanteils an.

#### **3.2.2.2 Bestimmung der Besonderheiten auf den Zielmärkten**

Das erfolgt durch die Untersuchung der Stellungnahmen und Reaktionen der Verbraucher auf die Preispolitik. Da der Preise eine Hauptrolle im Bewertungsprozess der Verbraucher spielen, hat er einen großen Einfluss darauf, ob sich die Verbraucher zum Erwerb der Ware oder Dienstleistung entscheiden, oder sich davon abwenden. Um dem Kaufvorgang vorzukommen, muss beim Verbraucher eine Bedürfnis, Wunsch und die Möglichkeiten zum Erwerb der Ware oder Dienstleistung vorhanden sein. Und akzeptable Preise zu bestimmen, müssen die Erwartungen der Verbraucher bezüglich des für sie annehmbaren Preisniveaus erkannt werden.

#### **3.2.2.3 Analyse der Konkurrentenpreise**

Um akzeptable Preise zu bestimmen, müssen auch die aktuellen, exakten Preise der konkurrierenden Transportunternehmen eingeholt und berücksichtigt werden.

#### **3.2.2.4 Bestimmung des Nachfragevolumens**

Bekanntermaßen beeinflusst der Preis die Nachfrage; bei sinkendem Preis steigt die Nachfrage, vorausgesetzt die sonstigen Einflussfaktoren sind stabil. Die wirtschaftlichen Institutionen verwenden einige mit dem Volumen der Nachfrage in Verbindung stehenden Indizien zur Aufbau der folgenden Preispolitiken: [58]

## I. Elastizität der Preisnachfrage:

Sie beschreibt die relative Nachfrageveränderung infolge der Preisveränderung. Im Falle einer elastischen Nachfrage ist sie höher als bei unelastischer Nachfrage.

## II. Gleichheitspunkt:

Die wirtschaftlichen Institutionen stützen sich auf bestimmte Preisniveaus, um ihre fixen und variablen Kosten zu decken, und Gewinne zu erzielen. Dabei ist der Gleichheitspunkt die verkaufte Menge, bei der die Gesamteinkünfte aus dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung deren Gesamtkosten decken. Er errechnet sich folgendermaßen:

$$\text{Gleichheitspunkt [Stück]} = \frac{\text{gesamte Fixkosten}}{\text{Stückpreis} - \text{variable Stückkosten}}$$

Daher sollte die Marketing-Direktion der Syrischen Eisenbahn bei Nutzung dieses Verfahrens den Gleichheitspunkt für mehrere Preisniveaus bestimmen, um mit dem errechneten Preis die Vertriebsziele zu erfüllen.

### 3.2.2.3 Der Vertrieb

Der Vertrieb ist eines der Hauptelemente des Marketing-Mix. Die Bedeutung dieses Elements resultiert daraus, dass es die aktive Verfahrensweise ist, welches die Institutionen, abgesehen von deren Aktivitätsart, verwendet und den Kommunikationsvorgang mit der Außenwelt, einschließlich Verbrauchern, Konkurrenten und weiteren Institutionen erfüllt. [59]

Der Erfolg der Ideen, Waren oder Dienstleistungen aller Institutionen hängt von dem Aktivitätsumfang der angewandten Vertriebsstrategien ab. Aus dieser Hinsicht ist der Vertrieb eine praktische Methode der Institutionen, ihre Waren oder Dienstleistungen an die Verbraucher zu bringen.

Der Vertrieb wird definiert als die beabsichtigte Bemühung des Verkäufers zur Informationserbringung zur Erleichterung des Waren- oder Dienstleistungsverkaufs oder zur

Annahme neuer Ideen. [60] Der Vertrieb nutzt also die verschiedensten Kommunikationswege, um die Nachfrage nach aktuellen Waren und Dienstleistungen zu erhöhen, und Vertriebsmethoden für neue Waren und Dienstleistungen zu schaffen. Als übliche Vertriebsmethoden dienen Werbung, persönliche Verkäufe und sonstige Verkaufsanreize.

- I. Bei der Umfrage bewerteten die meisten befragten Personen die **Werbung** über die Transportsdienstleistung der Syrischen Eisenbahn als schwach und wenig glaubwürdig. Das führte zum Vertrauensverlust der Fahrgäste gegenüber der Syrischen Eisenbahn, und wirkt sich negativ auf das Transportvolumen im Personen- und Gütertransport aus. Daher ist es sehr wichtig, die Rolle der Vertriebsmethoden für den Verkauf der Transportsdienstleistungen im Personen- und Gütertransport der Syrischen Eisenbahn zu verdeutlichen. Der Verband des amerikanischen Marketing definiert die Werbung als ein unpersönliches Mittel zur Unterbreitung von Ideen und Dienstleistungen durch etwas Bekanntes gegen einen gewissen Preis [61] bei Werbungsstellen des Marktes, mit selbstständiger Rotation, um sie an die Periode des Warenlebens anzupassen. Wenn eine neue Ware oder Dienstleistung auf den Markt gebracht wird, sollte deren Eigenschaften und Vorzüge verbreitet werden, damit sie von möglichen Kunden wahrnehmen können, dass diese Eigenschaften und Vorzüge vorteilhaft für sie sind, und ihren Bedarf decken. Nach Markteintritt und der Durchsetzung bei den Kunden beginnt eine neue Markt-Phase, die Konkurrenzphase. Andere Anbieter beginnen auf dem Markt dieselben Waren und Dienstleistungen anzubieten; für die Syrische Eisenbahn bedeutet dies eine Konkurrenz mit Dienstleistungen anderer Straßentransportsmittel. In dieser Phase kommt der wirksamen Konkurrenzreklame eine besondere Bedeutung zu; die Bahn muss nun die Vorzüge ihrer Dienstleistungen gegenüber der Konkurrenz hervorheben. Bei der dritten Phase handelt es sich um die Erinnerungsreklame; hier ist der Verbleib der Waren und Dienstleistung auf dem Markt zu gewährleisten, und den Verbrauchern in Erinnerung zu rufen.

Aus allgemeinen und Gesichtspunkten der Vertriebsfunktionen, kann zwischen fünf Reklameformen unterschieden werden: [62]

- **Unterrichtungsreklame:** Dabei handelt es sich um den Vertrieb neuer Waren, die erstmalig auf dem Markt erscheinen, oder von alten Waren und Dienstleistungen mit

vorher unbekannten Vorzügen. Die Verbraucher werden auf diese Waren und Dienstleistungen vorbereitet, um sie neugierig zu machen.

- **Leitungs- und Nachrichtenreklame:** Dabei handelt es sich um bereits auf dem Markt existente Waren und Dienstleistungen, wessen Eigenschaften die Verbraucher nicht ausreichend kennen.
- **Konkurrenzreklame:** Hierbei handelt es sich um Waren und Dienstleistungen mit einer starken Präsenz auf dem Markt, gegen die neue konkurrierende Waren und Dienstleistungen auf dem Markt erscheinen.
- **Erinnerungsreklame:** Das Ziel einer Erinnerungsreklame ist es, den Verbrauchern bestimmte Waren und Dienstleistungen ins Gedächtnis zu rufen, und somit dem Vergessen entgegenzuwirken.
- **Informationsreklame:** Das Ziel der Informationsreklame ist es, das Vertrauen zwischen dem Reklamen und den Verbrauchern zu stärken, indem der Inserent die Verbraucher über sein Aktivitätsvolumen informiert und Fehlinformationen korrigiert.

Daher ist es erforderlich, dass einige allgemeine Grundlagen für Reklame verfasst werden, um die Möglichkeiten von Reklamen besser nutzen zu können. Besonders wichtig ist es, dass sich Inserenten zu speziellen Berufs- und Moralprinzipien und Normen verpflichten, damit Reklamen ein höheres Publikumsvertrauen erwerben, und nicht weiter an Werbewirksamkeit auf die Verbraucher verlieren. Das wäre Zeit-, Geld- und Gesellschaftsvermögensverschwendung. [63]

Es lässt sich festhalten, dass die Werbewirksamkeit und somit der Erfolg von Reklamen für die Syrische Eisenbahn von folgenden Grundlagen, Prinzipien und Normen abhängt:

- a. Durchführung wissenschaftlicher Forschungen und Untersuchungen im Zusammenhang mit den Verbrauchern, an welche die Reklame gerichtet ist, sowie technischer Studien zum Entwurf und Herausgabe der gewünschten Informationsberichte.
- b. Die Reklame für Transport-Dienstleistungen der Syrischen Eisenbahn sollen den Verbrauchern ernsthafte Vorteile bieten.
- c. Die Informationsberichte sollen in der Lage sein, die Aufmerksamkeit von Lesern, Zuschauern oder Zuhörern auf sich zu ziehen.

- d. Die Unterbindung von allem, was das allgemeine Empfinden oder religiöse und traditionelle Gefühle verletzt.
- e. Reklame sollten wirtschaftlich sein; den größtmöglichen Nutzen für möglichst geringe Kosten erzielen.
- f. Reklame stützt sich auf das Vertrauen der Kunden. Die Stärkung der eigenen Glaubwürdigkeit und der Verzicht auf Lügen oder Betrug, sind für das Wahrheitsempfinden und somit das Vertrauen der Kunden von großer Bedeutung.  
[64]
- g. Einmalig veröffentlichte Reklamen sind schnell vergessen. Wiederholungen festigen den Informationswert im Gedächtnis der Kunden, und bewegen sie somit schrittweise zur Wahrheitsannahme der Reklame; fortdauernde Reklame führen zur Gewohnheit von Waren- oder Dienstleistungseinkäufen durch Kunden. Damit wird ihre Loyalität gesichert und die Stabilität auf dem Markt gefestigt.
- h. Die Reklame muss mit einer echten Angebotsverbesserung verknüpft sein.

II. Das zweite Vertriebsverfahren ist der **persönliche Verkauf**. Dabei handelt es sich um einen direkten Kontakt oder einen telefonischen Kontakt oder per Post, wobei die Sprache die Hauptrolle spielt. Der persönliche Verkauf ist ein wichtiges Vertriebsverfahren, insbesondere wenn der Verkäufer über die Bedarfe und Wünsche der Verbraucher unsicher ist. Der persönliche Kontakt ermutigt potentielle Fahrgäste zur Nutzung der Transportmittel der Eisenbahn. Er gewährleistet die permanente Informationsaktualisierung über die Markt-Bedürfnisse und den Entwicklungsumfang der konkurrierenden Dienstleister. Diese Rolle wird bei der Eisenbahn von Angestellten ausgefüllt, die Transportdienstleistungen durchführen und im direkten Kontakt mit den Reisenden stehen.

III. Der **Verkaufsanreiz** potentieller Kunden ist ein Hauptfaktor des Vertriebs; er spielt eine Hauptrolle beim Eisenbahntransport. Er erfolgt bei Teilnahme an Messen, Konferenzen und Erteilung von Preisnachlässen, sowie bei der Veröffentlichung von Broschüren, Flugblättern und Landkarten mit der exakten Angabe von Handlungsverfahren der Gesellschaft, der Hilfe zum Erhalt wichtiger Fahrgastinformationen zu den vorhandenen Dienstleistungen, der Preise, Abfahrts- und Ankunftsstermine und weiterem.

Nach Beschreibung der Vertriebsverfahren, auf welchen die Verwirklichung der Marketing-Ziele der Syrischen Eisenbahn beruht, muss darauf hingewiesen werden, dass das Vertriebsbudget alle Vertriebsfaktoren und die besonderen Umstände dieser Dienstleistungen beinhaltet. Es gibt mehrere Methoden für die Erstellung des Vertriebsbudgets. Dies geschieht entweder auf Grundlage eines Prozentsatzes der Verkäufe vorheriger Jahre, auf Grundlage der im nächsten Jahr erwarteten Verkäufe, oder auf Grundlage der Vertriebsbudgets der Konkurrenten, oder Bestimmung der erhofften Ziele. Das sind die geeigneten Methoden. Der Insement bestimmt die Ziele, welche die Institutionen durch den Vertrieb verwirklichen wollen. Der Insement wählt auch die entsprechenden Werbemedien zur Verwirklichung des Vertriebsprogramms aus und legt die strategische Rolle jedes Marketing-Mix Faktors fest. Dabei muss das Budget den beabsichtigten Zielen entsprechen. Die Bestimmung des Budgets in dieser Art und Weise erfolgt durch die Analyse der Ausgaben und deren Vergleich mit den erzielten Einnahmen.

#### **3.2.2.4 Absatzwege**

Die Absatzwege sind ein wichtiges Element der Marketing-Mix und schließen alle Tätigkeiten ein, die durch die Directorate für die Anlieferung von Waren oder Dienstleistungen zum Kunden eingeführt werden. Diese geschieht entweder direkt von Produzenten zum Kunden oder über Zwischenhändler. [65] Die Absatzwege der Syrischen Eisenbahn beabsichtigen, den Kunden eine Möglichkeit zu schaffen, mit der sie ihre Tickets auch anderswo als am Bahnhof reservieren können. Ziel ist es, einen hohen Grad an Kundenloyalität zu erzielen, damit diese mit der syrischen Eisenbahn reisen. Das Telefon und das Internet sind heutzutage die primären Absatzwege.

Anhand der Analyse der Marketingprobleme der Syrischen Eisenbahn und ihren Behandlungsverfahren, kann festgehalten werden, dass die Erfolge der Marketing-Politiken von dem technischen Zustand der Eisenbahnanlagen, Kommunikationssysteme, Kontrollen, Zügen, Waggonen, Bahnhöfen und Schienennetz abhängt.

Nachdem in diesem Kapitel die Marketingprobleme der Syrischen Eisenbahn in einer Befragung dargestellt, und daraus die möglichen wirtschaftlichen Lösungsmethoden

abgeleitet wurden, wird im folgenden Kapitel die Vertriebsstrategie der Deutschen Bahn und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn beschrieben.

## **4 Die Vertriebspolitik der Deutschen Bahn und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn**

### **4.1 Passagiere Preissystem**

Im Dezember 2002 wurde das aktuelle Preissystem der Deutschen Bahn AG eingeführt, bevor es im August 2003 nach starken Protesten überarbeitet wurde. Die Ergebnisse der Überarbeitung ergaben den 50-prozentigen BahnCard-Rabatt und viele weitere Spezialpreise. Eingeführt wurden eine BahnCard mit 25 Prozent Rabatt, eine Zugbindung bei Frühbucher-Fahrkarten mit Rabatten von 10, 25 oder 40 Prozent (Plan&Spar) sowie die kostenlose Mitnahme von Kindern bis 14 Jahre (vorher: 10 Jahre). Außerdem wurden die Normalpreise nicht mehr an die Streckenlänge gekoppelt, sondern nachfrageabhängig als „Relationspreise“ für die jeweilige Verbindung festgelegt. [66]

Seit Zusammenlegung der Staatsbahnen der einzelnen deutschen Länder zu einer nationalen Bahngesellschaft beruht das Preissystem auf einer systemischen Gesamtkalkulation des Bahnnetzwerkes.

Zum 15. Dezember 2002 trat ein neues Preissystem in Kraft, was laute Kritik hervorrief. Die Marketing- und Vertriebskosten betrugen bis dahin einen Anteil von 23 Prozent am Umsatz. Die Fahrpreise wurden im Fernverkehr um bis zu 25 Prozent gesenkt. Im Bereich bis 180 km kam es zu Preiserhöhungen um bis zu zehn Prozent, maximal 3,40 Euro im ICE. Die Preise von Zeitkarten wurden nicht verändert. Das neue Preissystem betraf nicht den Regionalverkehr. [67]

Die überwiegend linearen Entfernungstarife wurde mit dem neuen Preissystem in ein strecken- und produktbezogenes Tarifsysteem umgestaltet. Anstelle der bisherigen Sonderangebote im Fernverkehr wurde ein kontingentierter Frühbucherrabatt (Plan&Spar) in Höhe von 10, 25 oder 40 Prozent eingeführt. Bis zu vier Mitfahrer erhielten je 50 Prozent zusätzlichen Rabatt. Die neue günstigere Bahnkarte mit 25 Prozent Rabatt ersetzte die bisherige BahnCard, die 50 Prozent Rabatt bot. Zudem wurden die Normalpreise (Grundpreise) im gleichen Zug im Durchschnitt um 12, in der Spitze um 25 Prozent, reduziert. [68]



Der Umsatz und die Fahrgastzahlen im Fernverkehr sanken in den folgenden Monaten um etwa 10 Prozent. Ein wesentlicher Grund für diese Entwicklung war die für einen günstigen Fahrpreis erforderliche Vorausbuchung der Reisen. Diese Einschränkung in der Flexibilität bei der Auswahl von Reisstrecken und –zeiten konnte durch die sinkenden Preise in der Kundenwahrnehmung nicht ausreichend ausgeglichen werden. Als Grund für die Einführung des neuen Preissystems führt die Bahn unter anderem den steigenden Wettbewerbsdruck durch die Billigfluggesellschaften an, die um 2002 nach eigenen Angaben bereits einen Marktanteil von etwa zehn Prozent erreicht hatten.

Seit August 2003 gibt es folgende BahnCard-Typen: BahnCard 25, BahnCard 50 und Mobility BahnCard 100, welche es jeweils für die 2. und 1. Klasse gibt. Die BahnCard 25/50 ist ein Jahr gültig und ist nur im Abonnement erhältlich. Das Abonnement kann bis spätestens sechs Wochen vor dem Ablauf der gültigen BahnCard gekündigt werden. Ausgenommen von dieser Regel sind bestimmte Geschäftskunden. Die Mobility BahnCard 100 ist für ein Jahr (Vorauszahlung) oder im monatlichen Abonnement (12 Monate Mindestlaufzeit) erhältlich. Weitere Angebote bestehen für Familien, Mitfahrer, Gruppen, Pendler oder Nahverkehrskunden sowie verschiedene Aktionsangebote. Für Nahverkehrszüge in Verkehrsverbünden gelten abweichende Tarife. [69] Die BahnCard 25 ist mit den Sparpreisen kombinierbar; hingegen ist die BahnCard 50 nicht mit den Sparpreisen kombinierbar, sondern sie wird ausschließlich einzeln eingesetzt. Bei einer Kombination von der BahnCard 25 und dem Sparpreis 50 ist ein Gesamtrabatt von 62,5 Prozent erzielbar. [70]

Zusätzlich ihrer Hauptfunktion als Rabattkarte ist die BahnCard beispielsweise auch als Identifikationskarte für Online-Tickets und Handytickets sowie zur Bezahlung per Lastschrift am Automaten verwendbar. Außerdem können BahnCard-Inhaber Fahrkarten auch über die auf der Karte aufgedruckte BahnCard-Hotline buchen, die preisgünstiger als der übliche telefonische ReiseService ist.

Selbst ein Versicherungspaket mit Reisekosten-Rücktrittsversicherung, Reise-Gepäckversicherung und Unfallversicherung kann beim Kauf der BahnCard 25 und 50 abgeschlossen werden. Von 2004 bis Ende 2007 erhöhte sich die Anzahl der BahnCard-Kunden um eine Million auf 4,01 Millionen. Bis 2011 ist eine Anzahl von etwa fünf Millionen BahnCard-Kunden anvisiert. [71]

## **4.1.1 Fern- und Nahverkehr**

### **4.1.1.1 Produktklassen**

Das Preissystem der Deutschen Bahn AG unterscheidet drei Produktklassen:

- I. Produktklasse A: ICE, ICE Sprinter, Thalys, TGV (auch der seit dem 10. Dezember 2006 nicht mehr in Deutschland verkehrende Cisalpino gehörte zur Produktklasse A): Für Fahrten mit ICE-Zügen gelten Relationspreise; für jede Verbindung zwischen zwei ICE-Halten wurde also ein Preis festgelegt, der prinzipiell entfernungsabhängig ist, aber auch von der Konkurrenz, der Nachfrage und dem Komfort (Streckengeschwindigkeit, Reisezeit), abhängt. Beispielsweise ist die Strecke Köln–Frankfurt über die Schnellfahrtstrecke Köln–Rhein/Main deutlich kürzer als über die Linke Rheinstrecke, trotzdem ist der Tarif für die Neubaustrecke höher. Die Begründung liegt darin, dass der ICE mit Tempo 300 nur die Hälfte der Fahrzeit benötigt.
- II. Produktklasse B: IC, EC, D und alle Nachtzüge: Der Tarif der Produktklasse B ist abhängig von der Entfernung (in Tarifkilometern) zwischen Start und Ziel. Seit der Tarifreform im Dezember 2002 beinhaltet der Tarif eine Entfernungsdegression; er steigt nicht mehr linear an (damals 14 Cent pro Kilometer zuzüglich 3,60 Euro IC/EC-Zuschlag, dieser Zuschlag wurde mittlerweile abgeschafft). Bei 650 Tarifkilometern liegt der Preis 30 Prozent unter dem des linearen Anstiegs.
- III. Produktklasse C: Nahverkehr (IRE, RE, RB, S): Auch der Tarif für die Produktklasse C wird direkt von der Entfernung beeinflusst; der Preisanstieg nimmt mit zunehmender Entfernung ab. Somit vergrößert sich der Preisunterschied zwischen den Produktklassen B und C bei zunehmender Entfernung, während er bis 2002 konstant war.

Die steigende Zahl von Verkehrsverbünden unter Einbeziehung der Bahn sowie die Neuausrichtung des Nahverkehrs (Länder bestellen und bezahlen) hat zur Folge, dass Fahrscheine des Nahverkehrs nur dort erhältlich sind, wo keine Verkehrsverbünde bestehen beziehungsweise die Grenze zwischen zwei Verbünden überschritten wird - vorausgesetzt, es werden ausschließlich Produkte des

Nahverkehrs (RegionalExpress, RegionalBahn, S-Bahn, InterRegioExpress und zeitweise auch StadtExpress) benutzt.

#### **4.1.1.2 Kombination von Produktklassen**

Für jede Produktklassen wird der Normalpreis unterschiedlich berechnet; auf den Normalpreis werden dann gegebenenfalls verschiedene Rabatte gewährt. Der Normalpreis wird immer auf volle 10 Cent gerundet; zudem wird der Maximalpreis bei 119 Euro (2. Klasse) und 185 Euro (1. Klasse) gedeckelt (angegebene Höchstgrenzen gültig seit 1. Januar 2007). [72][73] Bei einer Kombinationen von IC/EC und Nahverkehrszügen wird für die gesamte Strecke der IC/EC-Preis berechnet. Für Fahrten eines ICE auf Teilstrecken wird der ICE-Tarif mit den anderen Tarifen nach einem unbekannten System kombiniert. Gesondert zu betrachten sind Verbindungen, bei denen zwischen zwei ICE-Teilstücken eine Fahrt mit einer anderen Zuggattung liegt. Beim Erstellen des Preissystems wurde dieser Fall nicht berücksichtigt, weshalb zeitweise zwei Fahrscheine ausgestellt werden mussten und der Vorteil der Entfernungsdegression verloren ging. Diese Schwäche wurde später beseitigt.

#### **4.1.1.3 Rabatte**

##### **4.1.1.3.1 Mitfahrerrabatt**

Bei Beanspruchung des kostenlosen Mitfahrerrabatts bezahlen bis zu vier zusätzliche Personen auf einer Fahrkarte nur die Hälfte des normalen Fahrpreises. Die erste Person zahlt also den vollen Preis, bis zu vier Mitfahrer zahlen 50 Prozent. [74] Die Fahrkarte muss dabei gemeinsam gekauft werden. Der Mitfahrerrabatt ist kombinierbar mit der BahnCard 25. Seit dem 12. Dezember 2004 gibt es den Mitfahrerrabatt auf den Normalpreis nicht mehr; Besitzer einer BahnCard 25 oder 50 behielten diese Möglichkeit bis Mitte Dezember 2005. Seitdem ist der Mitfahrerrabatt noch mit den Sparpreisen 25 und 50 kombinierbar.

Zudem müssen Mitfahrer mindestens 15 Jahre alt sein. Für jüngere Mitfahrer gilt dieser Rabatt nicht.

#### **4.1.1.3.2 BahnCard**

##### **I. BahnCard 25:**

Im Dezember 2002 wurde die BahnCard 25 eingeführt; mit ihr erhält man 25 Prozent Rabatt auf den Normalpreis. Sie ist mit den Sparpreisen 25 und 50 und gegebenenfalls mit dem Mitfahrerrabatt kombinierbar. Somit erhalten Frühbucher mit der BahnCard 25 den bestmöglichen Rabatt. Der Preis für die BahnCard 25 in der zweiten Klasse beträgt generell 55 Euro (1. Klasse: 110 €). Für jeweils 6 Euro erhalten Ehepartner und Kinder Zusatzkarten. Für den Erwerb der BahnCard 25 für 6 Euro wird mindestens ein Kind unter 18 Jahren vorausgesetzt. (Preisstand: 9. Dezember 2007)

Nach Aussage der Deutschen Bahn AG wächst die Zahl der BahnCard-25-Nutzer seit 2006 schneller als die der BahnCard-50-Inhaber (Stand: November 2007). Derzeit besitzen 2,23 Millionen Kunden die BahnCard. 25 [75] BahnCard-25-Inhaber nutzen ihre Karte für durchschnittlich zehn Bahnfahrten pro Jahr (Stand: 2007). [76]

Seit Dezember 2005 ist auch die Jugend BahnCard 25 erhältlich. Sie kostet 10 Euro und gilt bis zur Vollendung des 19. Lebensjahres. Diese BahnCard ist auf 3 Jahre, längstens jedoch bis zum maximal letzten Gültigkeitstag, befristet und muss mit einem aktuellen Foto versehen werden. Die Karte ist rot hinterlegt und kann als einzige BahnCard sowohl in der ersten Klasse als auch die zweite Klasse verwendet werden.

##### **II. BahnCard 50:**

Mit der „alten“ BahnCard 50 gibt es 50 Prozent Rabatt auf den regulären Fahrpreis. Dieser Rabatt ist nicht kompatibel mit den Sparpreisen. Die BahnCard 50 kostet für die zweite Klasse 220 Euro (1. Klasse: 440 €). Der ermäßigte Preis beträgt 110 Euro in der zweiten und 220 Euro in der ersten Klasse. Dieser Preis gilt unter anderem für Studenten bis 26 Jahre, Senioren ab 60 Jahre, Journalisten, Ehe/Lebenspartner und Schwerbehinderte. (Preisstand: 9. Dezember 2007).

Nach Angaben der Bahn fahren BahnCard-50-Inhaber im Schnitt etwa fünfzig mal im Jahr mit der Bahn (Stand: 2007). [77] Es sind 1,8 Millionen BahnCard 50 im Umlauf (Stand: April 2008). [78]

### III. Mobility BahnCard 100:

Beliebig viele Fahrten ohne weitere Kosten sind mit der Mobility BahnCard 100 (bisher bekannt als „Netzkarte“) möglich. Die Mobility BahnCard 100 gilt als Fahrschein, wodurch separate Tickets nicht mehr notwendig sind. Züge von DB Autozug, ICE Sprinter, Nachtzüge u. a. sind davon ausgenommen; sie sind aufpreispflichtig. Zudem berechtigt die Mobility BahnCard 100 zur Nutzung des Öffentlichen Nahverkehrs in 102 größeren Städten (City-Ticket).

Die Mobility BahnCard 100 kostet für die 2. Klasse bei Sofortzahlung 3500 Euro jährlich (1. Klasse: 5900 Euro). Sie ist auch im Abonnement für 320 Euro monatlich (1. Klasse: 540 Euro) erhältlich (Stand: Dezember 2007). Nach 12 Monaten ist sie jederzeit zum Monatsende kündbar.

Kinder unter 18 Jahren und Partner erhalten je eine BahnCard 25 kostenlos, wenn mindestens ein Kind unter 18 Jahren im Haushalt lebt.

BahnCard-100-Kunden genießen zahlreiche Sonderbehandlungen: Sie werden automatisch bahn.comfort-Kunden, können kostenlos Gepäck von Haus zu Haus verschicken und – wo möglich – Fahrräder kostenlos mitnehmen. Zur Mitnahme von Fahrrädern ist im Fernverkehr eine kostenlose Reservierung nötig. Neukunden erhalten für Car- und Bike-Sharing 20 bzw. 10 Euro Startguthaben; zudem kann das Carsharing zu Business-Konditionen genutzt werden (fünf Prozent Rabatt auf Zeit- und Kilometergebühren).

Nach Einführung der Karte im Jahr 2003 lag die Zahl der BahnCard-100-Inhaber bei rund 14.000. Anfang 2008 waren etwa 29.000 Mobility BahnCard 100 im Umlauf. [79][80]

#### **4.1.1.3.3 Aktions- und Sonderangebote**

- Mit dem Fahrplanwechsel am 10. Juni 2007 (zunächst befristet bis zum 31. 2008) führt die Deutsche Bahn einen Billigtarif ein. Die Tickets des «Dauer-Spezial»-Angebots kosten für die einfache Fahrt in der zweiten Klasse am Automaten oder im Internet 29 bis 69 Euro, am Schalter 34 bis 74 Euro.[81] Die Fahrkarten sind frühestens drei Monate und spätestens drei Tage vor Reiseantritt erhältlich; sie haben Zugbindung und können weder umgetauscht noch erstattet werden. Der Preis ist von der jeweiligen Strecke und der

Tageszeit abhängig. Insbesondere die günstigeren Preisstufen sind oft nur schwer erhältlich; die Verbindungsauskunft sucht nicht gezielt nach verfügbaren Kontingenten. Teilweise sinkt der Preis, wenn der gewünschten Reisstrecke noch einen Vor- und/oder Nachlauf hinzugefügt wird. Nicht möglich ist eine kostenlose Mitnahme eigener Kinder oder Enkel, wie es sie bei den Sparpreisangeboten gibt. Rabatt gibt es weder auf Kinder, noch auf die BahnCard.

- Seit dem Sommer 2004 bot die Deutsche Bahn zeitweise Sonderpreise an, die ohne BahnCard, aber mit Vorausbuchungsfrist erhältlich waren. Beispielsweise kostete die einfache Fahrt auf einer beliebigen Strecke in einem beliebigen Fernzug 29 Euro (Automat und Internet; am Fahrkartenschalter 34 Euro). [82]
- Das Schönes-Wochenende-Ticket gilt ausschließlich für Nahverkehrszüge (35 Euro Preisstand: 9. Dezember 2007) und die Ländertickets (zum Teil, unter anderem in Berlin und Brandenburg, auch in IC-Zügen gültig). In DB-Reisezentren und bei Deutschen Bahn-Agenturen kosten sie in der Regel etwa zwei Euro mehr, bei Kauf im Deutschen Bahn-Zug gilt der Bordpreis.
- Vom 19. bis 28. Mai 2005 bot die Bahn erstmalig Fahrkarten beim Discounter Lidl an. Das Lidl-Ticket kostete für zwei Personen für eine einfache Fahrt (oder zwei einfache Fahrten für eine Person) deutschlandweit 49,90 Euro. Das Ticket behielt seine Gültigkeit bis zum 3. Oktober 2005. Mit dieser Aktion sollten neue Kunden gewonnen und anderen Verkehrsmitteln Konkurrenz gemacht werden. [83]
- Für viele Nachtzugverbindungen der Deutschen Bahn AG in Deutschland und ins Ausland gibt es das SparNight-Ticket. Es gilt auch für einige EN-Züge ins Ausland (Linien Hamburg–Wien–Hamburg, Berlin–Wien–Berlin, Düsseldorf–Wien–Düsseldorf, München–Neapel–München und Brüssel–Warschau–Brüssel). Das SparNight-Ticket gibt es für eine einfache Fahrt ab 29 Euro im Sitzwagen, ab 39 Euro im Liegewagen und ab 59 Euro im Schlafwagen. Das Ticket kann nicht umgetauscht oder erstattet werden. Es ist nicht im Zug erhältlich. [84]
- Vom 1. April 2006 bis 9. Juni 2006 gab es die Weltmeister-BahnCard an. Sie hatte dieselbe Funktionalität wie die BahnCard 25 und kostete 19 Euro. Gültig war sie bis zum

31.07.2006. Und für jede Runde, welche die deutsche Nationalmannschaft bei der FIFA WM 2006 weiterkam, wurde die Karte kostenlos einen Monat verlängert. Für den Fall, dass die Deutsche Nationalelf den Titel geholt hätte, versprach die Deutsche Bahn AG sogar eine Verlängerung der Aktion bis Ende Dezember 2006. Sie war nur für die zweite Klasse erhältlich; ein Abo-Vertrag oder ein Foto waren nicht notwendig. Für den Kauf der Karte wurden bis zu 500 anstelle der üblichen 250 bahn.bonus-Punkte gutgeschrieben. [85] Bis zum 9. Juni 2006 wurden 400.000 Weltmeister-BahnCards verkauft. Vom 10. bis 12. Juli 2006 war die Karte erneut erhältlich. Somit wurden insgesamt 423.000 Weltmeister-BahnCards verkauft. [86] Die Deutsche Bahn AG plante zu Beginn mit einem Absatz von etwa 100.000 Karten. [87]

- Seit dem Fahrplanwechsel 2005/2006 wurde das mehrmals ausgebaut und verlängerte Angebot Europa-Spezial in Surf&Rail International umbenannt. Dabei handelt es sich um ein vorläufiges Angebot ohne Endtermin. Surf&Rail International gibt es für Direktverbindungen von 12 deutschen nach 24 europäischen Städten ab 19 Euro (einfache Fahrt oder Hin- und Rückfahrt, immer Ausgangspunkt Deutschland) auf insgesamt 43 Relationen. Surf&Rail International ist ein zuggebundenes Angebot, und nur für die 2. Klasse erhältlich. Das Angebot ist kontingentiert und hat eine Vorkaufsfrist von 3 Tagen. Umtausch und Erstattung sind ausgeschlossen. Es ist nicht kombinierbar mit weiteren Rabatten wie BahnCard, RailPlus, Mitfahrer, kostenlose Familienkinder-Mitnahme oder Kinder-Ermäßigung. [88]
- Vom 01. August bis 15. September 2007 bot die Deutsche Bahn AG eine Hertha BSC-BahnCard an (gleiche Ermäßigung wie BahnCard 25). Das Konzept ähnelte dem der Weltmeister-BahnCard. Die Karte kostete 29 Euro. Ihre Gültigkeitsdauer ist an die Anzahl der gewonnenen Auswärtsspiele in der Hinrunde gekoppelt. Die Gültigkeit verlängert sich mit jedem gewonnenen Auswärtsspiel von Hertha BSC Berlin um einen weiteren Monat, bei einer Mindestgültigkeit bis zum 31. Dezember 2007. Somit wäre eine maximale Gültigkeit bis zum 31. August 2008 möglich gewesen. Tatsächlich erreichte diese BahnCard aber eine Gültigkeit bis zum 31. Januar 2008. Sie war für die zweite Klasse, ohne Abo-Vertrag und ohne Foto erhältlich. Insgesamt wurden 50.000 Hertha-BSC-BahnCards 25 verkauft. [89]

- Ab dem 1. Oktober verkaufte die Deutsche Bahn die Umwelt BahnCard 25. Sie kostet 25 Euro für die 2. Klasse, und beschert dem Kunden einen Rabatt von 25 Prozent. Sie ist bis zu 25 Wochen gültig. Da die Umwelt BahnCard 25 auch mit den Sparpreisen kombinierbar ist, sind insgesamt bis zu 62,5 Prozent Rabatt möglich. Verkauft wird die Karte bis zum 8. Dezember 2007. Sie ist bis zum 31. März 2008 gültig. Für die Verwendung in der 1. Klasse kostet die Karte 50 Euro. Im Anmeldeformular wird auch automatisch ein Abo für eine folgende (normale) BahnCard 25 abgeschlossen. Die Kündigungsfrist für die automatische Verlängerung ist der 1. März 2008. [90]
- Zur Fußball-Europameisterschaft 2008 bot die Deutsche Bahn AG mit der Fan BahnCard 25, eine weitere Sonderform der BahnCard 25 an. Die Karte hatte eine Gültigkeit vom 1. April bis 30. Juni 2008 und kostete 19 Euro (1. Klasse: 39 Euro). Mit jedem Sieg der Deutschen Fußball-Nationalmannschaft verlängerte sich die Gültigkeit der Karte um einen Monat. Bei einem Turniersieg der Nationalmannschaft wäre die Karte bis zum 31. Dezember 2008 gültig gewesen. Verkauft wurde sie vom 1. April bis 7. Juni 2008. [91] Soweit keine Kündigung vorlag, wurde die Fan-BahnCard 25 nach Ablauf der Gültigkeit automatisch in ein BahnCard-25-Abonnement umgewandelt.

#### **4.1.1.3.4 Grundwehr- und Zivildienstleistende:**

Bei Vorlage ihres Truppen- bzw. Dienstausweises erhalten Grundwehr- und Zivildienstleistende 25 % Rabatt auf Fahrkarten für Dienst- und Privatreisen. Dieser Rabatt ist nicht mit anderen Rabatten kombinierbar. Der Truppen- bzw. Dienstausweis gilt auch als Fahrkarte für Familienheimfahrten in Zügen der Deutschen Bahn. [92]

#### **4.1.2 Fernverkehr**

Die Fernverkehrs-Tarife gelten für Bahnfahrten außerhalb von Verkehrsverbünden und Ländertarifen ab Entfernungen von 100 Kilometern oder wenn auf einer Teilstrecke ein Fernzug (Intercity-Express (ICE), InterCity (IC), EuroCity (EC), Cisalpino, EuroNight u. a.) verwendet wird. Die Fahrscheine sind in allen Zügen; in Regionalzügen (Regionalexpress, Regionalbahn, S-Bahn) besteht keine Zugbindung.



#### **4.1.2.1 Normalpreis**

Als Grundlage der Preisberechnungen dient der sogenannte Normalpreis. Seine Höhe ist abhängig von Verbindung, Zuggattung und Reiseklasse. Das ermöglicht es der Bahn, ihre Preise dem Wettbewerb auf einer Strecke anzupassen. Ist die Bahn beispielsweise im Vergleich zum Auto relativ schneller, dann sind auch die Fahrpreise relativ höher. Im Sinne des Yield-Management versucht die Bahn mit den kontingentierten Sparpreisen in auslastungsschwachen Zeiten mehr Reisende für die Fahrt mit der Bahn zu bewegen. [93] Die Fahrten mit dem Normalpreis können bis kurz vor Fahrtantritt gebucht werden. Einen Fahrkartenverkauf gibt es in S-Bahnen und den meisten anderen Nahverkehrszügen nicht mehr; dort gibt es nur noch Fahrkartenkontrollen. Beim Kauf eines Bahntickets zum Normalpreis müssen die Beschränkungen der Sparpreise (Wochenendbindung, Umtauschgebühr, Mindestpreis und Zugbindung) nicht beachtet werden. Es gibt einen Maximalpreis von 119 Euro beziehungsweise 185 Euro (Einzelticket 2. Klasse/1. Klasse, Stand 7. Januar 2007), der noch um einen eventuellen BahnCard-Rabatt ermäßigt werden kann.

#### **4.1.2.2 Sparpreise**

Im August 2003 wurden die „Plan-und-Spar“-Tarife durch die Sparpreise 25 und 50 abgelöst. Statt den drei bisherigen Rabattstufen (Plan&Spar 40, 25 und 10) galten fortan nur noch zwei Rabattstufen (Sparpreis 50 und 25). Das Kontingent der Sparpreise ist begrenzt und auslastungsorientiert. Die Sparpreise sind mit dem Rabatt der BahnCard 25 kombinierbar. Diese Kombinationsmöglichkeit sollte ursprünglich nur für eine Übergangszeit (1. August 2003 bis 30. September 2004) bestehen. Mittlerweile ist sie ein fester Bestandteil des DB-Tarifsystems.

##### **I. Sparpreis 25**

- 25 Prozent Rabatt auf den Normalpreis, Mitfahrer erhalten zusätzlich 50 Prozent Mitfahrerrabatt.
- Eine Kombination mit der BahnCard 25 ist möglich.
- Der Fahrschein gilt pro Fahrtrichtung an zwei aufeinanderfolgenden Kalendertagen, höchstens zwei Fahrtunterbrechungen sind zulässig.

- Auf jeder Fahrtrichtung muss zumindest auf einer Teilstrecke ein Fernverkehrszug (Intercity-Express, InterCity oder EuroCity) benutzt werden.
- Bei den Fernverkehrszügen ist eine Festlegung auf konkrete Züge notwendig (Zugbindung),
- Buchung mindestens drei Tage vor Fahrtantritt,
- nur Hin- und Rückfahrkarten,
- Mindestpreis: 38 Euro (2.Klasse); 57 Euro (1. Klasse),
- Umtausch bis einen Tag vor dem 1. Geltungstag, nur gegen eine Gebühr von 15 Euro. (Preisstand: 7. Januar 2007)

## II. Sparpreis 50

wie Sparpreis 25, aber

- 50 Prozent Rabatt auf den Normalpreis. Mitfahrer erhalten zusätzlich 50 Prozent Mitfahrerrabatt.
- zusätzliche Wochenendbindung: Zwischen Hin- und Rückfahrt muss eine Nacht von Samstag auf Sonntag liegen, oder Hin- und Rückfahrt müssen jeweils an einem Wochenendtag erfolgen.

## III. City-Ticket

Seit dem 14. Dezember 2003 ist bei Fernverkehrsfahrkarten unter bestimmten Voraussetzungen die City-Ticket-Funktion im Ticket inbegriffen. Die City-Ticket-Funktion gilt bereits in mehr als 100 Städten. Am Tag der Ankunft am Zielbahnhof gilt das Ticket bis zum eigentlichen Ziel innerhalb des Stadtgebiets, bei Benutzung aller dort verkehrenden Verbund-Verkehrsmittel. Dasselbe gilt für die Rückfahrkarte am Tag der Rückfahrt für die Fahrt zum Bahnhof, wenn auf der Fahrkarte das Datum der Rückfahrt aufgedruckt ist. Es ist einmalig direkt zum Ziel oder vom Startpunkt zum Bahnhof gültig. Das Stadtgebiet schließt im Regelfall alle Tarifzonen des jeweiligen Verkehrsverbundes ein, die die entsprechende Stadt abdecken. Folgende Voraussetzungen sind zu erfüllen:

- (Einfache) Entfernung ist größer als 100 Kilometer
- Die Fahrkarte wurde mit BahnCard-Rabatt (BahnCard 25 oder 50) erworben

- Mindestens eine Teilstrecke wurde mit ICE, IC oder EC zurückgelegt

Die Mobility BahnCard 100 ist uneingeschränkt in allen City-Ticket-Gebieten der teilnehmenden Städte gültig.

Auf den Tickets wird die City-Funktion durch den Zusatz „+City“ hinter dem Namen des Zielbahnhofes kenntlich gemacht; beispielsweise „Köln+City“.

Bis Anfang 2008 wurden 100 Millionen Fahrkarten mit City-Ticket-Funktion verkauft.  
[94]

### **4.1.3 Nahverkehr**

Diese Tarife gelten in Nahverkehrszügen (Regionalbahnen, RegionalExpress, InterRegioExpress, S-Bahn) der Deutschen Bahn und in der Regel auch in den Privatbahnen, welche nicht zur Deutschen Bahn AG gehören.

Ländertickets und Wochenendtickets sind auch in Bussen, Straßenbahnen und U-Bahnen innerhalb von Verkehrsverbünden gültig; mit Unterschieden in den verschiedenen Ländern und Verbünden. Zudem gelten sie auch über die Landesgrenze hinaus nach Stettin, Küstrin (PL), Salzburg, Kufstein (Ö), Schaffhausen, Basel (SCH), Wissembourg (F), Enschede (NL). In Nordrhein-Westfalen besteht keinen Nahverkehrstarif der Deutschen Bahn AG. Für Fahrten über Verkehrsverbund-Grenzen hinweg gilt der NRW-Tarif, insofern es keine Sonderregelungen bestimmter Verkehrsverbünde gibt, wie beispielsweise auf der Strecke Köln–Düsseldorf. Innerhalb von Verkehrsverbünden gilt der jeweilige Verbundtarif (VRS, VRR, AVV, VRL usw.). Auch in Schleswig-Holstein gilt der sogenannte Schleswig-Holstein Tarif. [95]

#### **4.1.3.1 Schöners-Wochenende-Ticket**

Das Schönes-Wochenende-Ticket ist samstags oder sonntags bundesweit gültig; jeweils von 0:00 Uhr bis zum Folgetag 3:00 Uhr früh. Für den gewählten Tag ist es in beliebigem Umfang bundesweit für alle Nahverkehrszüge der Deutschen Bahn AG nutzbar (RegionalExpress, InterRegioExpress, Regionalbahn und S-Bahn). Darüber hinaus wird das Schönes-

Wochenende-Ticket auch von vielen nichtbundeseigenen Verkehrsverbünden anerkannt, die das Ticket teilweise in ihre eigene Angebotspalette integriert haben. In diesen Verbünden gilt es dann nicht nur in Zügen, sondern auch in allen anderen öffentlichen Verkehrsmitteln. [96] Mit einem Schönes-Wochenende-Ticket können bis zu fünf Personen reisen. Das Ticket kostet 35 Euro am Automat und im Internet oder 37 Euro am Fahrkartenschalter der Deutschen Bahn AG und im Reisebüro (Preisstand: 9. Dezember 2007).

#### **4.1.3.2 Ländertickets**

Regional flächendeckend bietet die Deutsche Bahn AG die sogenannten Ländertickets an. Mit den Ländertickets können bis zu fünf Personen in einem bestimmten Gebiet (meist ein oder mehrere Bundesländer) beliebig viele Fahrten mit den Regionalzügen der Deutschen Bahn und anderer Bahngesellschaften unternehmen. Die Tickets sind an allen Tagen gültig (Wochentags aber erst ab 9 Uhr, ganztägig an Wochenenden und Feiertagen – jeweils bis 3 Uhr des Folgetages). Im Jahr 2005 verkaufte die Deutsche Bahn AG etwa 9 Millionen Ländertickets; im Jahr 2006 verkaufte sie sogar mehr als 10 Millionen Ländertickets. [97]

#### **4.1.4 Europareisen**

Sparpreis 25: für viele Länder erhältlich, Wochenendbindung (entfällt bei Ländern mit Sparpreis-50-Angebot). Für ausländische Strecken gilt die Zugbindung meistens nicht. Sparpreis 50: für einige Länder erhältlich. Hier gilt die Wochenendbindung. Rail Plus: die Zusatzleistung zur BahnCard für grenzüberschreitende Reisen. Seit dem 9. Dezember 2007 ist die Rail Plus Option beim Kauf einer BahnCard 25/50 im Preis enthalten. [98] BahnCard-Kunden erhalten somit auch in mehreren europäischen Ländern bei grenzüberschreitenden Reisen i. d. R. 25 Prozent Rabatt. Ohne diese Option wurde die BahnCard bisher im Rahmen der TEE Rail Alliance nur in Deutschland und für grenzüberschreitende Reisen nach Österreich und in die Schweiz anerkannt. Der Rabatt ist für Reisende zwischen 26 und 60 Jahren erhältlich. Diese Option kostete bis Dezember 2007 jährlich 15 Euro (BahnCard 25/50); Kunden mit Mobility BahnCard 100 oder bahn.comfort Status erhielten die Railplus-Option bereits automatisch kostenlos.

#### **4.1.5 Nutzungsmöglichkeiten des Passagiere Preissystems der Deutschen Bahn für die Syrische Eisenbahn**

Das derzeitige Preissystem der Syrischen Bahn, wie im Kapitel drei erklärt, wurde 1996 erarbeitet. Es gab nur eine geringe Veränderung für einige Linientarife im Jahr 2007. Dies entspricht der fehlenden Fortentwicklung an Dienstleistungen und dem unflexiblen angewendeten Preissystem, das nicht auf wirtschaftliche Grundlagen (Volumen der erwarteten Nachfrage oder Höhe der Kosten oder Infolge der Investitions-Einkommen oder Wettbewerbskapazität) aufgebaut ist. Außerdem besteht ein Mangel an Vielfalt der Preis-Angebote; dagegen sind die Preis-Angebote der Deutschen Bahn sehr vielfältig (z. B. Rabatte der BahnCard 25 oder BahnCard 50 oder Mobility BahnCard 100, Wochenende Ticket oder Gruppen-Fahrkarte, viele Aktions- und Sonderangebote und mehrere Stufen für Sparpreise).

Daher es ist erforderlich, dass die Vertriebsdirektion der Syrischen Eisenbahn das Preissystem nach Vorbild der Deutschen Bahn und anderer weiterentwickelter Länder überprüft, aktualisiert und nach wirtschaftlichen Kostenrechnungen anpasst werden; z. B. im Know-how und der verwendeten Software zur Berechnung der Normalpreise, Bahncard-Preise oder mehrstufigen Sparpreise. Das ermöglicht ein flexibleres Preissystem der Syrischen Bahn und somit eine höhere Wettbewerbsfähigkeit gegenüber dem Straßenverkehr.

#### **4.2 Trassenpreissystem**

Mit rund 34.000 km Schienennetz betreibt die Deutsche Bahn Netz AG Europas größtes Schienennetz. Die Zahl der Kunden, die Personen- und Güterverkehre auf dem Schienennetz der Deutschen Bahn Netz AG durchführen, nimmt seit der Einführung des TPS 2001 kontinuierlich zu. Es gibt bereits über 350 Gesellschaften, die nicht zum Deutschen Bahn Konzern gehören, darunter rund 330 Unternehmen. [99]

Das Trassenpreissystem (TPS) der Deutschen Bahn Netz AG muss unterschiedlichen Marktanforderungen gerecht werden. Die betriebliche Kostenstruktur – also der mit dem Angebot verschiedener Trassenprodukte verbundene operative und investive Aufwand – muss in seiner Gesamtheit abgebildet werden. Zum anderen muss das TPS auf die Bedürfnisse der Nachfrage abgestimmt sein. Zu den preisbestimmenden Nachfragefaktoren zählen die Preiselastizität der einzelnen Nutzergruppen, die räumliche und zeitliche Verkehrsentwicklung sowie spezifische Anforderungen an die Infrastruktur. Außerdem muss

das TPS – neben den eisenbahnrechtlichen Rahmenbedingungen – auch die strategischen Unternehmensziele der Deutschen Bahn Netz AG erfüllen. Dazu zählen die stetige Verbesserung der Kosten- und Produktionseffizienz sowie die nachhaltige Sicherung einer in Qualität und Umfang angemessenen Infrastruktur.

Das modulare Trassenpreissystem der Deutschen Bahn Netz AG ermöglicht eine durchschaubare und nachvollziehbare Preisbildung. Gleichzeitig wird die Vereinbarkeit mit den rechtlichen Rahmenbedingungen, insbesondere der Diskriminierungsfreiheit, auf der einen Seite, und den unternehmerischen Zielen der Deutschen Bahn Netz AG auf der anderen Seite hergestellt. Trotzdem kritisieren die Wettbewerber die hohen Trassenpreise.

Die umfangreiche Infrastruktur der Deutschen Bahn Netz AG steht jedem in- und ausländischen Eisenbahnverkehrsunternehmen zu Verfügung, das die technischen und rechtlichen Anforderungen des Eisenbahn- Bundesamtes erfüllt. Auf Basis des Trassenpreissystems zahlen alle Kunden bei Inanspruchnahme identischer Leistungen (Trassenprodukte) den gleichen Preis.

Für die Nutzung der Serviceeinrichtungen der Deutschen Bahn Netz AG fallen Entgelte gemäß dem Anlagenpreissystem an. Außerdem kann die Deutsche Bahn Station & Service AG im Personenverkehr zusätzliche Entgelte für die Stationsnutzung erheben. Im Trassenpreis ist auch die Traktionsenergie nicht enthalten.

Die Entgelte für die Nutzung der Trassen werden für jeden Kunden einheitlich berechnet.

Folgende Pflichtleistungen sind mit dem Kauf einer Trasse abgegolten:

- die Gestattung der Nutzung zugewiesener Zugtrassen und der Anlagen zur streckenbezogenen Versorgung mit Fahrstrom,
- die Bedienung der für eine Zugbewegung erforderlichen Steuerungs- und Sicherungssysteme, die Koordination der Zugbewegung und die Bereitstellung von Informationen über die Zugbewegungen
- alle anderen Informationen, die zur Durchführung des Verkehrs, für den Kapazität zugewiesen wurde, erforderlich sind

Das Trassenentgelt je Trassenkilometer setzt sich aus drei Komponenten zusammen. Folgende Angaben zu Entgelthöhen und Faktoren sind gültig vom 14.12.2008 bis 13.12.2009:

- Nutzungsabhängige Komponente (Streckenategorie, Trassenprodukt)
- Leistungsabhängige Komponente (Anreizsystem zur Verringerung von Störungen, Anreizsystem zur Erhöhung der Leistungsfähigkeit)
- Sonstige Komponenten (Regionalfaktor, Lastkomponente)

### **4.2.1 Streckenategorie**

Die Deutschen Bahn Netz AG hat ihre Strecken in 12 Kategorien eingeteilt, um sowohl der Heterogenität der Infrastrukturausstattung als auch dem Kundenbedürfnis nach Einfachheit und Transparenz gerecht zu werden. Die Einkategorisierung von Streckenabschnitten orientiert sich an den spezifischen, aufwandswirksamen Ausstattungselementen der Infrastruktur. Der Grundpreis je Trassenkilometer leitet sich aus der Streckenategorie ab. Folgenden Kriterien dienen der Einkategorisierung: [100][101]

#### **4.2.1.1 Fernstrecken**

Fplus: Die Strecken der Kategorie Fplus haben eine überdurchschnittliche verkehrliche Bedeutung. Aufgrund ihrer infrastrukturellen Ausrüstungsmerkmale sind sie überwiegend mit Geschwindigkeiten größer als 280 km/h befahrbar. Sie dienen somit überwiegend dem schnellen Verkehr.

F1: Die Strecken der Kategorie F1 sind mit Geschwindigkeiten größer als 200 km/h bis 280 km/h befahrbar. Die Strecken dienen überwiegend dem schnellen Verkehr, als auch dem Mischbetrieb.

F2: Die Strecken dieser Kategorie sind mit Geschwindigkeiten zwischen 161 bis 200 km/h befahrbar. Diese Strecken dienen überwiegend dem schnellen Verkehr, als auch dem Mischbetrieb.

F3: Strecken der Kategorie F3 sind Mischbetriebsstrecken. Sie werden überwiegend im Geschwindigkeitsbereich zwischen 101 bis 160 km/h befahren.

F4: Die Strecken der Kategorie F4 sind mit Geschwindigkeiten zwischen 101 und 160 km/h befahrbar. Auf ihnen werden vorrangig überregionale, schnelle Verkehre durchgeführt.

F5: Die Strecken dieser Kategorie sind für Geschwindigkeiten bis 120 km/h vorgesehen. Sie sind für die vorrangige Nutzung durch überregionale langsame Verkehre vorgesehen.

F6: Die Strecken dieser Kategorie werden mit Geschwindigkeiten zwischen 101 und 160 km/h befahren. Sie dienen überwiegend dem Schienenpersonennahverkehr bzw. der Anbindung einer Region an einen Verdichtungsraum.

#### **4.2.1.2 Zulaufstrecken**

Z1: In der Kategorie Z1 sind überwiegend Strecken zu finden, welche mit Geschwindigkeiten zwischen 51 bis 100 km/h befahrbar sind.

Z2: Die Kategorie Z2 beinhaltet alle Strecken, die mit keiner oder einfachster Leit- und Sicherungstechnik ausgerüstet sind bzw. nur mit geringer Geschwindigkeit bis 50 km/h befahrbar sind.

#### **4.2.1.3 Strecken des Stadtschnellverkehrs**

S1: Strecken der Kategorie S1 dienen hauptsächlich dem Schnellverkehrsbetrieb.

S2: In der Kategorie S2 sind alle gleichstrombetriebenen Strecken des Stadtschnellverkehrs in Hamburg enthalten.

S3: In der Kategorie S3 sind alle gleichstrombetriebenen Strecken des Stadtschnellverkehrs in Berlin enthalten.



#### 4.2.1.4 Streckenkategorien und Grundpreise

Streckenkategorien	Grundpreise	Grundpreise mit Auslastungsfaktor
Fernstrecke F plus	8,30 Euro/Trkm	9,56 Euro/Trkm
Fernstrecke F1	4,21 Euro/Trkm	5,05 Euro/Trkm
Fernstrecke F2	2,91 Euro/Trkm	3,49 Euro/Trkm
Fernstrecke F3	2,61Euro/Trkm	3,13 Euro/Trkm
Fernstrecke F4	2,50 Euro/Trkm	3 Euro/Trkm
Fernstrecke F5	1,90 Euro/Trkm	2,28 Euro/Trkm
Fernstrecke F6	2,25 Euro/Trkm	2,7 Euro/Trkm
Zulaufstrecke Z1	2,34 Euro/Trkm	2,80 Euro/Trkm
Zulaufstrecke Z2	2,42 Euro/Trkm	2,90 Euro/Trkm
Stadtschnellverkehrsstrecke S1	1,64 Euro/Trkm	1,96 Euro/Trkm
Stadtschnellverkehrsstrecke S1	2,20 Euro/Trkm	2,64 Euro/Trkm
Stadtschnellverkehrsstrecke S1	2,64 Euro/Trkm	3,16 Euro/Trkm

**Tabelle 7: Streckenkategorien, Grundpreise und Grundpreise mit Auslastungsfaktor.**

Quelle: Trassenpreissystem der Deutschen Bahn , August 2008.

#### 4.2.2 Trassenprodukt

Das Trassenpreissystem (TPS) lässt sich durch die zahlreichen Trassenprodukte an den individuellen Markbedürfnissen ausrichten. Somit wird die Marktorientierung des TPS sichergestellt. Die Marktorientierung kann am kostenorientierten Grundpreis nicht immer ausreichend berücksichtigt werden. Neben den durch die Kundenanforderung verursachten Kosten werden von den Trassenprodukten des Personal- und Güterverkehrs insbesondere die Wirkung der Entgelthöhen auf die Wettbewerbsfähigkeit der Eisenbahnverkehrsunternehmen berücksichtigt. Die Trassenprodukte sind folgende: [102]

##### 4.2.2.1 Trassen für den Personenverkehr

###### I. Personenverkehrs-Express-Trasse

Personen-Express-Trassen ermöglichen eine direkte Anbindung von Ballungszentren im Personenfern- und Personennahverkehr sowie grenzüberschreitende Expressverkehre auf schnellstmöglichem Wege. Durch ihre Abfahrts- und Ankunftszeiten können sie in

bestehende Taktsysteme integriert werden, bzw. ein neues Express-Taktsystem bilden. Bei der betrieblichen Verkehrs-Durchführung erhalten sie höchste Priorität.

## II. Personenverkehrs-Takt-Trasse

In der Regel verkehren beim Taktverkehr mindestens vier Zugpaaren am Tag, deren Laufweg zu über 50% übereinstimmt und/oder die über Betriebsprogramme zu einem Taktsystem miteinander verknüpft und somit ins Netz eingebunden sind. Die Systemhalte sind identisch oder alternierend. Die Takt-Trassen werden außerdem nach Nahverkehr und Fernverkehr unterschieden.

Die Personennahverkehrs-Takt-Trasse umfasst alle Trassen des Nahverkehrs einschließlich der Stadtschnellverkehrs-Trassen, die über Takte und Anschlüsse miteinander verknüpft sind.

Die Personenfernverkehrs-Takt-Trasse umfasst alle Trassen des Fernverkehrs, die über Takte und Anschlüsse miteinander verknüpft sind. Auch die Trassen des Hochgeschwindigkeitsverkehrs gehören dazu, sofern die Planung dieser Trassen keiner besonderen Anforderungen bedarf.

Nicht unter die Definition der Takt-Trasse fallen Taktsysteme, die aus Zügen des Expressproduktes bestehen. Diese sind als Express-Trassen zu verstehen.

## III. Personenverkehrs-Economy-Trasse

Sowohl für den Personennahverkehr als auch für den Personenfernverkehr stellt die Personenverkehrs-Economy-Trasse eine preisgünstige Wahlmöglichkeit außerhalb eines Taktsystems dar.

## IV. Personenverkehrs-LZ-Trasse

Die Personenverkehrs-LZ-Trasse wird eingesetzt für die Durchführung dispositiver Lok- und Triebfahrzeugfahrten sowie Überführungsfahrten von Schadlokomotivzügen und Schwabenzügen in Instandhaltungswerke.

#### **4.2.2.2 Trassen für den Güterverkehr**

##### **I. Güterverkehrs-Express-Trasse**

Die Güterverkehrs-Express-Trasse bietet besonders schnelle, direkte und zuverlässige Verbindungen zwischen den wichtigsten Städten Deutschland. Bei der betrieblichen Durchführung des Verkehrs hat sie die höchste Priorität, soweit dies im Rahmen der „Allgemeinen Geschäftsbedingungen für die Nutzung der Eisenbahninfrastruktur der DB Netz AG (ABN)“ möglich ist. Dies gilt im Güterverkehr und auch gegenüber den Personenverkehrs-Economy- und LZ-Trassen.

##### **II. Güterverkehrs-Standard-Trasse**

Diese Trasse wird von allen Zügen des Güterverkehrs befahren. Üblicherweise sind die Güterverkehrs-Standard-Trassen über Anschlüsse miteinander verknüpft oder unterliegen besonderen Restriktionen wie zum Beispiel festen Ankunftszeiten beim Empfänger. Hieraus resultieren die Fixpunkte bei der Fahrplanerstellung. Typischerweise gibt es im Güterverkehr weniger Vorgaben als im Personenverkehr. Bei der Ausarbeitung des Fahrplans ist die DB Netz AG somit flexibler.

##### **III. Güterverkehrs-LZ-Trasse**

Die Güterverkehrs-LZ-Trasse wird für die Durchführung dispositiver Lok- und Triebfahrzeugfahrten sowie Überführungsfahrten von Schadlokomotivzügen und Schadwagenzügen in Instandhaltungswerke genutzt.

##### **IV. Güterverkehrs-Zubringer-Trasse**

Die Güterverkehrs-Zubringer-Trasse ist bestellbar für die Überführung beladener und leerer Wagen im Einzelwagenverkehr zwischen den Güterverkehrsstellen und den Zugbildungsanlagen der Deutschen Bahn Netz AG. Sie darf eine Trassenlänge von 75 km nicht überschreiten und muss in unmittelbarem Zusammenhang mit der Nutzung einer Güterverkehrs-Standard- bzw. Express-Trasse stehen.

Zudem müssen die mitgeführten Wagen zur Sammlung bzw. Verteilung auf mehrere Güterverkehrsstellen vorgesehen sein und es muss ein schlüssiges Bedienkonzept für die betreffende Region vorgelegt werden.

#### 4.2.2.3 Trassenprodukte und Faktoren

Personenverkehrs -Trassen	Faktoren
Personenverkehrs-Express-Trasse	1,80 Faktor
Personenfernverkehrs Takt-Trasse	1,65 Faktor
Personennahverkehrs Takt-Trasse	1,65 Faktor
Personenverkehrs Economy-Trasse	1,00 Faktor
Personenverkehrs LZ-Trasse	0,65 Faktor
Güterverkehrs-Trassen	
Güterverkehrs-Express-Trasse	1,65 Faktor
Güterverkehrs-Standard-Trasse	1,00 Faktor
Güterverkehrs-LZ-Trasse	0,65 Faktor
Güterverkehrs-Zubringer-Trasse	0,50 Faktor

**Tabelle 8: Trassenprodukte und Faktoren.**

**Quelle: Trassenpreissystem der Deutschen Bahn , August 2008.**

#### 4.2.3 Anreizsystem zur Verringerung von Störungen

Das Anreizsystem zur Verringerung von Störungen setzt sich aus mehreren Komponenten zusammen: Verspätungsminuten, Verspätungsursachen und maßgeblichen Verspätungsminuten. Berechnet wird ein Anreizentgelt in Höhe von 0,10 Euro je maßgeblicher Verspätungsminute.

Die Umgestaltung der Entgelte für die Trassen-Nutzung dient dazu, durch leistungsabhängige Bestandteile den Eisenbahnverkehrsunternehmen (EVU) und der Deutschen Bahn Netz AG Anreize zur Verringerung von Störungen und zur Erhöhung der Leistungsfähigkeit des Schienennetzes zu bieten. Nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen werden die Verspätungsminuten der Züge und deren Ursache ermittelt und auf dieser Grundlage von beiden Vertragspartnern dem jeweils anderen Vertragspartner Anreizentgelte im Rahmen des Entgeltsystems gewährt. Zugewiesen werden die Verspätungsminuten abhängig von der Verspätungsursache gegebenenfalls der Verantwortung der Deutschen Bahn Netz AG bzw. dem jeweiligen EVU oder keiner Verantwortlichkeit einer Partei. Die der Deutschen Bahn Netz AG und dem jeweiligen EVU zugewiesenen Verspätungsminuten werden monatlich erfasst und gegenseitig saldiert, daraus ergibt sich dann entweder ein vom jeweiligen EVU

zusätzlich zum Trassenentgelt zu leistendes Anreizentgelt oder ein Anreizentgelt, das von der Deutschen Bahn Netz AG an das EVU zu leisten ist. Der aktuelle Stand der Verspätungsminuten wird den Kunden regelmäßig mitgeteilt.

Von besonderer Bedeutung für das Anreizsystem sind die Begriffe der Verspätungsminuten, der maßgeblichen Verspätungsminuten sowie der Verspätungsursachen. Verspätungsminuten treten bei einer Abweichung von zwei oder mehr Minuten von der geplanten Fahrzeit pro Messabschnitt auf. Sie werden gemäß dem nachfolgenden Abschnitt „Aufzeichnung von Verspätungsminuten“ registriert.

Die Verspätungsursachen können verschiedenen Verantwortungsbereichen zugeordnet werden. Sie können teilweise den Verantwortungsbereichen der Deutschen Bahn Netz AG bzw. den EVU des Schienenpersonen- oder Güterverkehrs zugeordnet werden. Es gibt auch Verspätungsursachen, die weder in den Verantwortungsbereich der Deutschen Bahn Netz AG noch der EVU fallen. Sind die Verspätungsminuten nicht eindeutig dem Verantwortungsbereich der Deutschen Bahn Netz AG bzw. eines EVU zuzuordnen, dann werden sie nicht als maßgebliche Verspätungsminuten angesehen. Somit werden sie bei der Zahlung von Anreizentgelten nicht berücksichtigt.

Zum Ende jeden Monats ermittelt die Deutschen Bahn Netz AG die maßgeblichen Verspätungsminuten auf den Verspätungsminutenkonten. Die Zahlungen werden in der Weise ermittelt, dass die Summe der jeweilige EVU betreffenden maßgeblichen Verspätungsminuten auf dem „Verspätungsminutenkonto Deutschen Bahn Netz AG“ sowie die Summe der maßgeblichen Verspätungsminuten auf dem „Verspätungsminutenkonto EVU“ zum Ende der Monatsperiode mit dem in der Liste der Entgelte bekannt gegebenen Betrag in Euro multipliziert wird. Das von dem EVU der Deutschen Bahn Netz AG geschuldete leistungsabhängige Anreizentgelt ergibt sich aus der Summe der maßgeblichen Verspätungsminuten auf dem jeweiligen „Verspätungsminutenkonto EVU“. Der Betrag in Euro, der sich aus der Summe der maßgeblichen Verspätungsminuten für das jeweilige EVU auf dem „Verspätungsminutenkonto Deutschen Bahn Netz AG“ ergibt, stellt das von der Deutschen Bahn Netz AG dem jeweiligen EVU geschuldete leistungsabhängige Anreizentgelt dar. Die leistungsabhängigen Anreizentgelte werden für jedes EVU insgesamt saldiert. Jeweils bis zum 20. des Nachmonats informiert die Deutschen Bahn Netz AG den EVU über das Ergebnis der Saldierung - selbst wenn die Saldierung Null beträgt - sowie die auf dem

Konto gelisteten Verspätungsminuten und Verspätungsursachen. Unmittelbar nach Zugang der Mitteilung über die Saldierung ist die Zahlung fällig. Es besteht ein Zahlungsanspruch der Deutschen Bahn Netz AG oder des EVU in Höhe des positiven Saldos gegen den jeweils anderen Vertragspartner. Die Verspätungsminutenkonten werden auf Null gesetzt, sobald eine neue Monatsperiode beginnt.

#### **4.2.4 Anreizsystem zur Erhöhung der Leistungsfähigkeit**

Auf besonders ausgelasteten Streckenabschnitten, für die tatsächliche Ausweichalternativen existieren, wird ein Auslastungsfaktor erhoben. Somit sollen Anreize zur effizienten Nutzung der Schienenwege geschaffen werden. Die Höhe des Auslastungsfaktors beträgt 1,20. [103]

#### **4.2.5 Regionalfaktoren**

Die Regionalfaktoren wurden zum 01. Januar 2003 als Bestandteil des Trassenpreissystems eingeführt. Sie dienen dem Weiterbetrieb von Schienenstrecken im Regionalnetz. Erreichbar ist dies ausschließlich durch eine Verbesserung der Kostendeckung. Daher werden Regionalfaktoren für Strecken erhoben, deren Kosten–Erlös-Struktur mittelfristig nicht tragbar ist. Die Einnahmen aus der Einführung der Regionalfaktoren fließen zurück in den Betrieb der Regionalnetze. Für die verschiedenen Regionalnetze wurden örtlich differenzierte Regionalfaktoren gebildet. Sie sind ein Aufschlag auf den Trassenpreis. Hauptnutzer der Regionalstrecken ist der Schienenpersonennahverkehr (SPNV). Sie können auch für andere Verkehre auf bestimmten Strecken angewendet werden. Im Zusammenhang mit der nächsten Revision des Regionalisierungsgesetzes werden die Regionalfaktoren erneut überprüft. Wenn durch Länder-Zuschüsse Rationalisierungseffekte und damit eine signifikante Ergebnisverbesserung und/oder durch zusätzliche Trassenbestellungen eine Steigerung der Erlöse im betroffenen Regionalnetz erreicht wird, dann können die Länder Einfluss auf die Höhe der Faktoren nehmen.

#### **4.2.5.1 Lastkomponente**

Der Trassenpreis der beim Schienengüterverkehr beinhaltet eine Entgeltkomponente, die vom Bruttogewicht des Wagenzuges abhängt. Diese gewichtsabhängige Lastkomponente entspricht dem Mehraufwand, den schwere Züge durch erhöhten Verschleiß und Kapazitätsverbrauch verursachen. Bei Zuggewichten ab 3.000 t werden in Abhängigkeit von der Gewichtsklasse zusätzliche Entgelte erhoben. ( $> 3.000 \text{ t} \quad 0.90 \text{ Euro/TrKm}$ )

#### **4.2.5.2 Bedarfs-Trasse**

Die Kunden der Deutschen Bahn Netz AG können bis zu 15 % aller ihrer angemeldeten Trassen in Form von Bedarfstrassen anmelden; Berechnungsgrundlage sind die Trassenkilometer. Werden mehr als 15 % der angemeldeten Trassen als Bedarfs-Trassen angemeldet, so werden die zuviel angemeldeten Trassen wie Regeltrassen behandelt. Wird die Bedarfs-Trasse genutzt, ist der entsprechende Trassenpreis zu zahlen. Wenn die Bedarfs-Trasse nicht oder nur teilweise genutzt wird, dann wird ein Reservierungsentgelt für den nicht genutzten Teil der Trasse erhoben, welches von der Höhe des Trassenentgeltes der Bedarfs-Trasse abhängt. Die Deutsche Bahn Netz AG kann den nicht genutzten Teil der Bedarfs-Trasse kurzfristig anderweitig vermarkten. Wenn nach dem ersten Verkehrstag einer noch nicht genutzten Bedarfs-Trasse ein weiteres EVU einen Antrag auf die Benutzung dieser Trasse stellt, dann behält der Besteller der Bedarfs-Trasse das Nutzungsrecht nur bei verbindlicher Abnahme dieser Trasse. Wird in diesem Fall keine verbindliche Zusage getroffen, so erhält das andere EVU das entsprechende Angebot.

#### **4.2.5.3 Entgelt für Angebotserstellung**

Das Trassenentgelt enthält auch die Aufwendungen für die Bearbeitung von Anträgen auf Zuweisung von Zugtrassen. Daher wird selbst bei Nichtannahme einer bestellten Trasse ein Bearbeitungsentgelt erhoben; es beträgt derzeit 80 Euro pro Trasse. Diese Regelung gilt nicht bei berechtigten Beanstandungen des Kunden.

#### 4.2.5.4 Stornierungsentgelte

Bei einer Stornierung werden ein oder mehrere Verkehrstage einer Trasse endgültig abbestellt. Bei Stornierung aller Verkehrstage einer Trasse erlöschen alle Ansprüche, die möglicherweise mit der vertraglichen Bindung in Bezug auf die Trassenvergabe verbunden waren. Die aktuellen Entgelte für Stornierungen betragen:

Stornierung	
Bis zum 60. Tag vor dem zu stornierenden Verkehrstag	Mindeststornoentgelt in Höhe des Entgeltes für die Angebotserstellung
Bis zum 30. Tag vor dem zu stornierenden Verkehrstag	Mindeststornoentgelt in Höhe des Entgeltes für die Angebotserstellung+ 25 % des Preises einer Trasse
Nach dem 30. Tag vor dem zu stornierenden Verkehrstag und über 24 Stunden vor der Abfahrt	Mindeststornoentgelt in Höhe des Entgeltes für die Angebotserstellung+ 50 % des Preises einer Trasse
Unter 24 Stunden vor der Abfahrt	Ein Stornierung ist nicht mehr möglich; es ist der volle Trassenpreis zu entrichten

**Tabelle 9: Stornierungsentgelte.**

Quelle: Trassenpreissystem der Deutschen Bahn, August 2008.

#### 4.2.5.5 Reduzierungsentgelt bei Rahmenverträgen

Das im Rahmenvertrag vereinbarte jährliche Trassenkilometervolumen ist innerhalb der Rahmenvertragsperiode um insgesamt 5% reduzierbar, jedoch um maximal 1,5% pro Netzfahrplanperiode. Bei einer darüber hinaus gehenden Reduzierung wird ein Reduzierungsentgelt erhoben, da die Deutschen Bahn Netz AG ihre Kapazitätsplanung sehr stark an den rahmenvertraglich vergebenen Zugtrassen ausrichten muss und im Sinne einer effizienten Infrastrukturnutzung und gerechten Trassenvergabe auf eine zuverlässige vertragliche Basis angewiesen ist. Außerdem soll damit vermieden werden, dass über Rahmenverträge Kapazitäten gesichert werden, auf deren Inanspruchnahme ohne Konsequenz verzichtet werden kann.

Im ersten Jahr der Laufzeit des Rahmenvertrages beträgt das Reduzierungsentgelt 15% des Produktes aus dem abweichenden Trassenkilometervolumen und dem durchschnittlichen Trassenkilometerpreis, der sich für die mit einem Rahmenvertrag gebundenen Kapazitäten entsprechend der jeweils gültigen Trassenpreisliste ergibt. Das Reduzierungsentgelt ermäßigt sich mit jedem weiteren Jahr der Vertragslaufzeit um einen Prozentpunkt.



#### 4.2.5.6 Entgeltminderung beim nicht vertragsgemäßen Zustand der Infrastruktur

Befinden sich der Schienenweg, die zugehörigen Steuerungs- und Sicherungssysteme oder die zugehörigen Anlagen zur streckenbezogenen Versorgung mit Fahrstrom nicht in vertragsgemäßem Zustand, dann sind die Entgelte für die Infrastrukturnutzung zu mindern. Die Anforderungen an den vertragsgemäßen Zustand der Infrastrukturmerkmale sind in den „Schienennetz-Benutzungsbedingungen der Deutschen Bahn Netz AG“ (Ziffer 3.3 Netzbeschreibung) aufgelistet. Das Entgelt wird bei nicht vertragsgemäßem Zustand nach Maßgabe der Bestimmungen in der Liste der Entgelte gemindert. Die Entgeltminderung berechnet sich wie folgt:

Abweichung vom vereinbarten Infrastrukturzustand oder Abweichung von der Gesamtfahrzeit als Folge eines Infrastrukturmangels um mehr als 10%	Trassenentgeltminderung
Gleich/kleiner 10%	Keine
Gleich/kleiner 20%	10%
Gleich/kleiner 30%	20%
Gleich/kleiner 40%	30%
Gleich/kleiner 50%	40%
Gleich/kleiner 60%	50%
Gleich/kleiner 70%	60%
Gleich/kleiner 80%	70%
Gleich/kleiner 90%	80%

**Tabelle 10: Trassenentgeltminderung.**

Quelle: Trassenpreissystem der Deutschen Bahn AG, August 2008.

Hinweis: Gilt nur, wenn die Fahrt des Zuges tatsächlich eingeschränkt war

#### 4.2.6 Nutzungsmöglichkeiten des Trassenpreissystems der Deutschen Bahn für die Syrische Eisenbahn

Bisher gibt es kein Trassenpreissystem im Syrischen Eisenbahnverkehr, weil die Syrische Eisenbahn (Eisenbahnverkehr und Schieneninfrastruktur) ein staatlicher Betrieb ist, und somit keine privaten Bahnen auf den Schienen fahren. Die Gründe dafür sind die technischen Mängel der Schieneninfrastruktur, der Waggons und der Lokomotiven, die im Allgemeinen altmodisch sind, und die privatisierungshinderlichen Verordnungen und Gesetze.

Das verdeutlicht, dass die Entwicklung der Syrischen Eisenbahn den Einsatz eines Trassenpreissystems unbedingt erfordert. Daraus lassen sich positive Ergebnisse bei der stetigen Verbesserung der Kosten- und Produktionseffizienz sowie nachhaltige Sicherung einer in Qualität und Umfang angemessen Infrastruktur erreichen. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es notwendig, einige Gesetze für die Syrische Eisenbahn zu ändern, damit die privaten Unternehmen in diesen Sektor investieren können. Somit ist zu empfehlen, die Syrische Eisenbahn in zwei unabhängige Unternehmen zu teilen; und zwar in ein Unternehmen für Eisenbahnverkehr (Waggons und Lokomotiven) und ein Unternehmen für Schieneninfrastruktur (Gleisanlage, Bahnhöfe, Signale, u.v.m.). Dies würde die Verwendung eines Trassenpreissystems im syrischen Eisenbahnsektor ermöglichen. Die Deutsche Bahn ist in dieser Betrachtung ein optimales Vorbild für die Syrische Eisenbahn.

### **4.3 Wettbewerbsentwicklung**

Die Deutsche Bahn AG hat sich seit der Bahnreform 1993 von einer nationalen Eisenbahn zu einem kundenorientierten, international erfolgreichen Verkehrsunternehmen weiterentwickelt. Der Erfolg des Schienenverkehrs im Zusammenspiel mit anderen Verkehrsträgern wird insbesondere von der Leistungsfähigkeit und Kundenorientierung der Eisenbahnverkehrsunternehmen bestimmt. Deutschland unternimmt erhebliche finanzielle und gesetzgeberische Anstrengungen, um den Schienenverkehr zu stärken. Aus umweltpolitischen Gesichtspunkten schneidet die Schiene gegenüber dem Straße- und Luftverkehr positiv ab. Neben dem Ziel „mehr Verkehr auf die Schiene“ gibt es auch den generellen Wunsch, hochwertige und preiswerte Mobilität für Menschen und Güter zu ermöglichen. Eine starke Kundenorientierung des Anbieters ist daher unverzichtbar. Neben dem Grunderfordernis eines ausreichenden Angebotes im Rahmen der Flächen- und Zeitabdeckung erfordert dies auch die Berücksichtigung von Qualitätserfordernissen (Pünktlichkeit, Schnelligkeit, Serviceorientierung, Angebotsvielfalt) und preislichen Erfordernissen nach angemessenen Nachlässe für einkommensschwache Personengruppen sowie das Angebot von Zeitkarten usw..

Der Straßenverkehr nimmt die beherrschende Stellung im intermodalen Wettbewerb ein. Der Straßenverkehr ist nur begrenzt durch den Schienenverkehr ersetzbar, denn die Straße weist wesentliche Vorteile in den Bereichen Infrastrukturkosten, Netzwerkeffekte, Flexibilität und

Produktivitätsfortschritt auf. Hinzu kommt, dass die Straße als dominierendes Verkehrsnetzwerk sehr engmaschig vorhanden ist. Eine Schienenanbindung kommt somit nur für hohes Verkehrsaufkommen in Frage. Gleichzeitig verdeutlichen die Gutachten für die Entwicklung des Personen- und Güterverkehrs sowie die intermodalen Anteile, dass der Schienenverkehr weiterhin seinen Platz im zukünftigen Verkehrssystem haben wird.

Die Schiene hat zwischen 1993 und 2007 ihren Marktanteil im Personenverkehr von 7,1 Prozent auf 9,5 Prozent und im Güterverkehr von 16,6 Prozent auf 17,3 Prozent gesteigert. Zudem wird der Eisenbahnverkehr bis 2015 weiterhin stark zunehmen, im Personenfernverkehr um 17 Prozent und im Güterverkehr um 65 Prozent. [104]

Spätestens seit der Richtlinie 91/440/EWG besteht die Forderung, dass auf der Schiene mehr Wettbewerb zwischen verschiedenen Eisenbahnverkehrsunternehmen ermöglichen und tatsächlich verwirklichen soll. [105]

Der direkte Wettbewerb zwischen verschiedenen Eisenbahnverkehrsunternehmen erhöht den Druck auf das Preis-Leistungs-Verhältnis und fördert damit die Umsetzung von Kostensenkungen, Produktivitätssteigerungen und Qualitätsverbesserungen. Der Wettbewerb fördert außerdem Innovationen bei der Entwicklung neuer Geschäfts- und Angebotsmodelle. Wenn dies gelingt, dann kann der „intramodale“ Wettbewerb auf der Schiene die „intermodale“ Wettbewerbsfähigkeit der Schiene gegenüber anderen Verkehrsträgern verbessern. Die verkehrspolitischen Ziele sind „mehr Verkehr auf die Schiene“ und „bessere Erfüllung von Kundenwünschen“.

Der intramodale Wettbewerb trägt auch dazu bei, den Finanzbedarf der Eisenbahn zu reduzieren. Wenn wettbewerbsbedingt mehr Züge fahren, dann erhöhen sich auch die Trasseneinnahmen des Netzes. Somit ließen sich auch die staatlichen Zuwendungen senken. Ein Hauptvorteil der Wettbewerber sind die niedrigeren Lohnkosten und die höhere Arbeitsproduktivität. Hinzu kommen Einspar- und Marktchancen durch höhere Flexibilität, geschicktes Agieren in den Bereichen Einkauf, Produktion und Marketing, schlankere und modernere Organisationsstrukturen und -prozesse. Falls die Deutsche Bahn Transporttöchter dabei erfolgreich sind, werden sie in einem Preis- und Qualitätskampf mit den Wettbewerbern ihre Marktposition weitgehend halten können. Als Auswirkungen dieses Wettbewerbs erhofft sich die Deutsche Bahn Kosten- und Preissenkungen.

Die Auswirkungen des Wettbewerbs werden nicht in allen Schienenverkehrsmärkten identisch sein; dazu werden die Verkehrssparten SPFV, SPNV und SGV in den folgenden Absätzen betrachtet.

### **4.3.1 Der Schienenpersonennahverkehr**

Der Schienenpersonennahverkehr (SPNV) ist das wichtigste Einzelsegment des deutschen Schienensystems. Im Jahr 2004 wurden im SPNV über 40 Milliarden Personen- und über 628 Millionen Zug-Kilometer gefahren. Bei der Deutschen Bahn spielte der Personennahverkehr im Jahr 2004 etwa 45 Prozent der gesamten Erlöse und 68 Prozent des EBITDA ein. [106]

Der SPNV ist erster Linie ein Bestellermarkt. Die freihändige Vergabe von Verkehrsverträgen ist auch heute noch die dominierende Vergabeform. In der freihändigen Vergabe haben die Bundesländer flächendeckende Verkehrsverträge mit Vertragsdauern zwischen 12 und 18 Jahren mit der Deutschen Bahn abgeschlossen, die häufig umfangreiche Öffnungsklauseln enthalten. Hingegen handelte es sich bei den ausgeschriebenen Betriebsleistungen hauptsächlich um einzelne Strecken oder kleinere Netze. Nach Angaben der Deutschen Bahn wurden allein im Jahr 2004 etwa 26,1 Mio. Zug-Kilometer im Rahmen von Ausschreibungen, und 217,8 Mio. Zug-Kilometer freihändig vergeben. [107]

Der Markteintritt wurde durch freihändige Vergaben und die Ausschreibung aufkommensschwacher Strecken verzögert. Heute wird ein beträchtlicher Teil der Linien ausgeschrieben; ein aktiver Markt entwickelte sich. Die Ausschreibungen brachten Kostensenkungen zwischen 18 und 25 Prozent. [108]

Auch die Verkehrsleistung wurde gesteigert. Die Qualitätssteigerung des Angebots durch die Aufgabenträger spielte dabei eine bedeutende Rolle.

Im Allgemeinen lassen sich zwei unterschiedliche Geschäftsmodelle der Wettbewerber im SPNV nennen:

Den kleinen und mittleren Unternehmen erlauben die hohen Kompetenzen und die organisatorisch bedingte Flexibilität zwar kostengünstige und qualitativ hochwertige Schienenverkehre anzubieten, jedoch sind sie in ihren Möglichkeiten beschränkt, an großen, komplexen Ausschreibungen teilzunehmen. Diese Unternehmen konzentrieren sich strategisch auf der Erbringung von Carrier-Funktionen auf kleineren Netzen oder auf die

Kooperation mit Unternehmen, welche die genannten Expansionshemmnisse kompensieren können.

Die management-orientierten zumeist international operierende Verkehrsunternehmen bilden eine zweite strategische Gruppe. Die Stärken dieser Unternehmen liegen in der Organisation von Verkehrsunternehmen und Verkehren sowie in ihrer ausgeprägten Marktorientierung. Der Erwerb von regionalem und betriebsspezifischem Know-how, teils durch Akquisitionen, teils durch Übertragung internationaler Erfahrungen, ist einer der zentralen innerbetrieblichen Schwerpunkte. Diese Unternehmen können komplexe Verkehre mit angepassten, kostenoptimierten Lösungen anbieten. Noch dominieren diese Unternehmen den Wettbewerbsbereich. Sie erbringen mehr als 60 Prozent der Betriebsleistung der nicht-bundeseigenen Bahnen. Zumindest einige Unternehmen weisen eine deutliche Orientierung am zweiten Geschäftsmodell auf.

Hingegen liegt die strategische Schwerpunktsetzung der Deutschen Bahn AG im Angebot komplexer Verkehrsleistung mit starker Einbindung in umfassendere Angebote; zunächst im Personenfernverkehr, letztlich aber in allen Mobilitätsdiensten des Konzerns.

Für die Wettbewerbsentwicklung ist vor allem die Ausgestaltung der Ausschreibungen von entscheidender Bedeutung. Folgende Bewertungsgrundlagen bestehen:

- Umfang der ausgeschriebenen Leistungen (Zugkilometer pro Jahr).  
Kleinere Netze mit geringer Zug- und Verkehrsleistung sind vorwiegend für kleine und mittlere Anbieter interessant. Wettbewerber mit Wachstumsabsichten und insbesondere international agierende Wettbewerber brauchen hingegen größere Netze, um die Kosten des Markteintritts zu amortisieren.
- Laufzeit der Verträge und Investitionen in Anlagen und rollendes Material.  
Im Allgemeinen bevorzugen Unternehmen langfristige Verträge, die sich möglichst mit der Abschreibungsdauer der notwendigen Investitionen decken sollten. Eine derartige Vertragslaufzeit senkt die Kosten und das Risiko des Markteintritts. Die Beschaffung des rollenden Materials und die Errichtung von Instandhaltungsanlagen setzt hohe Investitionen voraus. Um Wettbewerber vom Markteintritt zu bewegen, legen einige Länder speziellen Maßnahmen auf (Einrichtung des Fahrzeugpools inklusive Instandhaltungskonzept in den Bundesländern Niedersachsen und Hessen, eine

Wiederverwendungsgarantie für rollendes Material in Schleswig-Holstein). Allerdings verringern diese Maßnahmen auch die Gestaltungsspielräume der Bewerber und damit auch die Kostensenkungs- und Qualitätssteigerungspotenziale.

- **Gestaltungsfreiheit der Bieter.**

Ausschreibungen mit hoher Gestaltungsfreiheit erfordern erhebliches Fachkenntnis des Bieters sowie die eine wirtschaftliche Risikobereitschaft. Insbesondere die spezifisch regionalen und eisenbahnerischen Fachkenntnisse machen die kleinen und mittleren Unternehmen zu attraktiven Übernahmekandidaten oder Kooperationspartnern. Die notwendigen Voraussetzungen für die Teilnahme an komplexen Ausschreibungen erfüllen neben der Deutsche Bahn Regio AG auch national und international agierende, privatwirtschaftlich orientierte Wettbewerber. Hingegen kann die Deutsche Bahn AG bei überregionalen systemorientierten Angebotsbestandteilen Wettbewerbsvorteile ausspielen.

#### **4.3.2 Der Schienenpersonenfernverkehr**

Der Schienenpersonenfernverkehr (SPFV) ist eine der wichtigsten zukünftigen Ertragshoffnungen der Deutschen Bahn AG. Nachdem der Schienenpersonenfernverkehr drei Jahre rückläufig war, wuchs die Verkehrsleistung im Jahr 2004 um 0,7 Mrd. Personenkilometer auf 32,3 Mrd. Personenkilometer. [109]

Im Jahr 2005 stiegen sie um knapp 4 % gegenüber 2004 auf 33,6 Mrd. Personenkilometer. In einer längerfristigen Perspektive wird hingegen deutlich, dass der Schienenpersonenfernverkehrsmarkt stagniert. Auch an den Marktanteilen wird deutlich, dass in diesem Marktsegment nur wenig intramodaler Wettbewerb besteht. Somit erreichten die Privatbahnen im Jahr 2004 lediglich einen Marktanteil von 0,4 % der gefahrenen Zugkilometer. Ähnlich verhält sich auch der verkehrsleistungsbezogene Marktanteil der Privatbahnen im Jahr 2005, der deutlich unter 1 % liegt. Die weiteren Zug- und Personenkilometer entfallen auf die Deutsche Bahn AG. Dies verdeutlicht, dass sich im Schienenpersonenfernverkehr bisher kaum intramodaler Wettbewerb entwickelt hat. [110]

Es erscheint unwahrscheinlich, dass die Bahn aufgrund der starken Konkurrenz nur auf Kosten anderer Verkehrsträger wachsen kann, da das dominante Verkehrsmittel im Personenfernverkehr der Pkw ist, woran sich auch in Zukunft kaum etwas ändern wird. Die

Konkurrenz durch öffentliche Verkehrsträger ist nur begrenzt: Vor direkter Konkurrenz durch Busfernverkehre ist die Bahn noch gesetzlich geschützt, wobei damit zu rechnen ist, dass dieses Gesetz, von dem es nur einige Ausnahmen gibt, überprüft und möglicherweise aufgehoben wird. Substantiellen Wettbewerbsdruck gibt es bereits durch die Konkurrenz des Luftverkehrs. Die Angebotsentwicklung im Flugverkehr speziell von Low-cost-carriern zeigt das Potenzial neuartiger Preis-Leistungs-Kombinationen.

Preis- und Angebotsdifferenzierungen sind für die Bahn wichtiger, um Umsatzsteigerungen zu erreichen.

Hauptsächlich der Schienenpersonenfernverkehr wird heute und in absehbarer Zukunft von der Deutschen Bahn AG dominiert, da die Deutsche Bahn AG im Fernverkehr als großes Unternehmen ganz besonders von der Fähigkeit zur Bildung eines internen Transportnetzes profitiert; Umsteigemöglichkeiten zwischen verschiedenen Zügen bzw. Anschlussverbindungen, zeitliche Abstimmung von Zügen, tarifliche Gestaltungsmöglichkeiten, Zeitkartenangebote, u. v. m.. Außerdem kann sie eine enge Verknüpfung mit ihren eigenen Angeboten im Schienenpersonennahverkehr anbieten. Im Gegensatz zum Schienenpersonennahverkehr haben die Eisenbahnverkehrsunternehmen im Schienenpersonenfernverkehr umfassende Freiheitsgrade bei ihrer Umlaufplanung, und die Deutsche Bahn verfügt über diese Planungskompetenzen. Die Deutsche Bahn verfügt zudem über ein Netz mit der erforderlichen sekundären Infrastruktur, beispielsweise Abstellmöglichkeiten oder Reinigungsanlagen. Hier müssten sich Wettbewerber einkaufen oder eigene Kapazitäten errichten.

Die Deutsche Bahn AG verfügt als dominanter Anbieter über detaillierte Nachfragedaten im gesamten Personenverkehr. Hingegen besteht beim Wettbewerber eine hohe Unsicherheit über die Nachfrage, die nur durch teure Marktforschungsaktivitäten lösbar ist.

Geschäftspotenziale für kleinere Anbieter wird es im Schienenpersonenfernverkehr daher nur in bestimmten Marktnischen geben. Zu diesen wettbewerbsrelevanten Marktnischen zählen beispielsweise aufkommensstarke Verbindungen zwischen Metropolen. Hier könnten Wettbewerber Punkt-zu-Punkt-Verbindungen während den Hauptverkehrszeiten anbieten, die direkt mit dem Fernverkehr der Deutschen Bahn AG konkurrieren.

Eine ganz andere Art des direkten Wettbewerbs im Schienenpersonenfernverkehr stellen mögliche Billigangebote dar, die unter Umständen relativ langer Fahrzeit beinhalten würden. Wo sich die Deutsche Bahn AG zurückgezogen hat, könnten Wettbewerbsangebote mittlerer Qualität stehen. Derartige Lücken gibt es seit der Einstellung des Interregio-Verkehrs im Fernverkehrsangebot zwischen Mittelzentren oder zwischen Mittelzentren und Metropolen. Meistens befinden sich diese Verkehre auch im Grenzbereich zwischen Fern- und Nahverkehr.

Die Steigerung der Interoperabilität der verschiedenen Systeme im internationalen Eisenbahnverkehr ist zwingend erforderlich, um die Wettbewerbsfähigkeit der Schiene zu stärken.

Ein einheitlicher europäischer Eisenbahnraum setzt neben der Öffnung der Schienenverkehrsmärkte auch ein schrittweises Angleichen der nationalen technischen und betrieblichen Normen voraus.

Deutschland hat sich dem Wettbewerb auf der Schiene in europaweit vorbildlicher Weise geöffnet. Ausländischen Unternehmen ist der Schienengüterverkehr zugänglich, und neben dem Zugangsrecht im Rahmen internationaler Kooperationen ist ausländischen Unternehmen auch der Markteintritt in die nationalen Schienenverkehrsmärkte durch Niederlassung in Deutschland unbeschränkt möglich. In Sachen Marköffnung steht Deutschland im IBM Liberalisierungsindex Bahn 2007 europaweit den zweiten Platz.

Im dritten Eisenbahnpaket wurde als Kompromiss die neue Richtlinie 2007/58/EG zur Liberalisierung des grenzüberschreitenden Personenverkehrs verabschiedet. Sie ist ein Einstieg in die europäische Marktöffnung des Schienenpersonenverkehrs. Sie besagt, dass Eisenbahnverkehrsunternehmen ab dem Jahr 2010 im grenzüberschreitenden Verkehr auch Reisende auf inländischen Streckenabschnitten befördern dürfen. Momentan ist es der Deutschen Bahn in vielen Mitgliedsstaaten der EU gesetzlich nicht möglich, mit einem Tochterunternehmen den Wettbewerb im innerstaatlichen Schienenpersonenverkehr aufzunehmen. Hingegen kann bereits heute aufgrund des geltenden deutschen Rechts jede in Deutschland zugelassene Eisenbahn innerdeutsche Personenverkehrsleistungen anbieten.

[111]



### 4.3.3 Schienengüterverkehr

Ab dem Jahr 1997 intensiviert sich auf dem Schienengüterverkehrsmarkt (SGV) intramodale Wettbewerb, da zunehmend neue Wettbewerber in den Markt eintreten.

Im Jahr 2002 gab es insgesamt 150 private Eisenbahnunternehmen im deutschen Schienengüterverkehrsmarkt. Die Wettbewerber der Deutschen Bahn AG konnten ihre Güterverkehrsleistung von 1,8 Mrd. Tonnenkilometern im Jahre 1993 auf 8,4 Mrd. Tonnenkilometern im Jahre 2004 fast verfünffachen. Zudem konnte sie damit ihren intramodale Marktanteil im gleichen Zeitraum von 2,7 % auf 9,7 erhöhen. Das bestätigt den intensivierten intramodalen Wettbewerb. [112]

Die größten ökonomischen Vorteile des Schienengüterverkehrs liegen bei Transporten großer Gütermengen über lange Distanzen, da dann die relativ niedrigen Stückkosten des Eisenbahnverkehrs relevant werden. Besonders bei Gütern mit hohem spezifischem Gewicht tritt dieser Vorteil hervor. Der relative Vorteil der Schiene steigert sich noch, wenn man auf Zugumbildungen während der Fahrt weitgehend verzichten kann, da Kupplungsvorgänge mit Arbeits- und Energiekosten sowie einem Zeitverlust verbunden sind.

Besonders die „Ganzzüge“ nutzen diesen Vorteil; als einfache Punkt-zu-Punkt-Verbindungen benötigen sie keine Zugumbildungen. Auch „Mehrgruppenzüge“, bei denen man sich auf nur wenige Zugumbildungen beschränkt, nutzen diesen Vorteil.

Im Rahmen der EU-Erweiterung, der Perspektive der EU-Netzöffnung im Güterverkehr ab 2007 und dem allgemeinen Wachstum des Welthandels (Globalisierung) ermöglichen sich in großem Umfang lang laufende Ganzzugverkehre für Waren aller Art, insbesondere auch für industrielle Fertig- und Halbfertigwaren. Der Hauptteil dieser Handelswaren wird in Containern verpackt und kann mit Ganzzügen über lange bis sehr lange Strecken transportiert werden. Für die lang laufenden nationalen und internationalen Eisenbahnverkehre haben sich große Korridore entwickelt, die den Güterverkehr in Deutschland und seinen Nachbarländern prägen. Bereits seit Jahren stellt der Containerverkehr auf diesen wichtigen Korridoren das größte Wachstumssegment des Schienengüterverkehrs dar.

Trotzdem stößt das System Bahn bei Ländergrenzen oft auf das Problem der mangelnden Interoperabilität verschiedener nationaler Bahnsysteme; beispielsweise unterschiedliche

Stromspannungen im Oberleitungssystem, unterschiedliche Ausgestaltungen der Rad-Schiene-Schnittstelle, unterschiedliche Leit- und Sicherungstechniken und unterschiedliche technische Normen. Somit wird verhindert, dass die Umsetzung der Eisenbahnpakete der EU zu Verbesserungen der Interoperabilität zur Förderung des grenzüberschreitenden Güterverkehrs führen wird.

Die Vorteile des Schienenverkehrs, also Transporte großer Gütermengen über große Entfernungen mit wenigen Unterbrechungen oder Kupplungsvorgängen, sind bei stark gestückelten und kurzläufigen Transporten nicht zu realisieren. Hier kommt nur der Lkw in Frage. Es gibt aber bündelungsfähige Transporte mit einem langen gemeinsamen Lauf, wobei die Eisenbahn mit den Lkw konkurrieren kann. Dieses Geschäftsmodell liegt dem Einzelwagenverkehr der Bahn zugrunde. Einzelne Güterwagen werden dabei direkt von den Gleisanschlüssen der Kunden abgeholt und anschließend auf Rangierbahnhöfen zum „Hauptlauf“ in größeren Zügen zusammengestellt.

Momentan suchen sich die Firmen ihre Produktionsstandorte nach den günstigsten Ansiedlungsbedingungen im europäischen Binnenmarkt aus, und sie wollen für Standortverlagerungen flexibel bleiben. Deshalb könnten die Marktchancen des Einzelwagenverkehrs zukünftig sinken. Als Option der Schiene wäre daher der kombinierte Verkehr mit dem Lkw denkbar, bei dem das Sammeln und Verteilen der Güter dem Lkw überlassen wird. Dies stößt aber schnell an ökonomische Grenzen, da Umladevorgänge relativ teuer sind. Der Lkw kann die Vorteile des Bahntransportes in der Regel nur auf lang laufenden Verbindungen sinnvoll ergänzen.

Aufgrund ihrer Netzbildungsfähigkeit hat die Deutsche Bahn AG einen Wettbewerbsvorteil. Im Einzelwagenverkehr sind nur von der Deutschen Bahn ausgelagerte Zubringertransporte ohne Wettbewerbswirkung problemlos für neuen Anbieter bedienbar.

Für die markteintrittswilligen Unternehmen sind die Ganz- und Mehrgruppenzüge wirtschaftlich schon wesentlich interessanter, da sie entgegen den Einzelwagenverkehren keine besonderen logistischen Anforderungen an den Transport stellen. Die Einsatzmöglichkeiten von Ganz- oder Mehrgruppenzügen differieren abhängig von den zu transportierenden Güterarten.

Tabelle 9 zeigt die Marktanteile der Schiene im Jahr 2004 an den einzelnen Güterbereichen, sowie die Verlagerung des Verkehrs zur Schiene, nachdem die Angebotskonditionen des Schienenverkehrs in Preis und Qualität verbessert wurden. Bei vielen traditionellen Massengütern sind die Verlagerungspotenziale gering. So ist es beispielsweise beim Transport von Kohle (Güterbereich zwei). Wenn es geeignete Hafenanschlüsse gibt, dann besitzt das Binnenschiff aufgrund seiner niedrigen Kosten deutliche Wettbewerbsvorteile gegenüber der Schiene. Bestehen jedoch keine geeigneten Hafenanschlüsse und ausreichende Transportmengen, dann besitzt die Schiene deutliche Vorteile gegenüber der Straße. Moderate Preis- oder Qualitätsänderungen bei der Bahn haben somit nur wenig Einfluss.

Die Güterbereiche fünf, sieben, acht und neun sind am interessantesten für den Schienentransport. Hier ist der größte Marktanteilzuwachs möglich, wenn die Schiene ihre Angebotskonditionen moderat verbessern kann. Wenn sich die Angebote des Schienenverkehrs sich hingegen verschlechtern, so wird die Schiene in diesen wichtigen Bereichen Marktanteile verlieren. Das Beispiel der Container-Verkehre verdeutlicht den Zusammenhang des Verlagerungspotenzials mit der Transportweite: Die Eisenbahn besitzt bei langen Transportweiten klare Systemstärken. Bei kurzen Transporten ist der Straßenverkehr klar im Vorteil. Auf dem dazwischenliegenden Entfernungsbereich herrscht ein scharfer intermodaler Wettbewerb; dort können verbesserte Angebotskonzepte und Kostensenkungen die Bahn stärker ins Geschäft bringen.

Güterbereich		Marktanteil der Schiene 2004	Verlagerungspotential zur Schiene bei realistischen Angebots-Verbesserungen	Marktanteil der Wettbewerber an der Verkehrsleistung der Schiene	Attraktivität für Wettbewerber
0	Land- und Forstwirtschaft	6 %	gering	0-10 %	gering
1	Nahrungs- und Futtermittel	2 %	gering	0-10 %	gering
2	Feste mineralische Brennstoffe	44 %	gering	0-10 %	gering
3	Erdöl und Mineralölzeugnisse	19 %	gering	10-20 %	mittel
4	Erze und Metallabfälle	41 %	gering	0-10 %	gering
5	Eisen, Stahl und andere Metall	29 %	hoch	0-10 %	gering
6	Stein und Erden	9 %	gering	0-10 %	gering
7&8	Chem. Erzeugnisse und Düngemittel	20 %	hoch	10-20 %	mittel
9	Fahrzeuge, maschinen, Halb- und Fertigwaren	6 %	hoch	10-20 %	Hoch, besonders im Wachstumssegment Container/ Ganzzüge

**Tabelle 11: Intermodale Anteile, verlagerungspotenziale und Marktanteile der Wettbewerber.**

Quelle: Privatisierungsvarianten der Deutschen Bahn AG „mit und ohne Netz“, Januar 2006.

Es ist erkennbar, dass der Wettbewerb im Schienengüterverkehr in letzter Zeit stark zugenommen hat. Aus Sicht der Gutachter und Marktteilnehmer zeigt Tabelle 11: die Einschätzung der aktuellen Marktanteile- und die Attraktivität der Güterbereiche für das zukünftige Wachstum der Wettbewerber. Beispielsweise hat der Transport von Kohle (Güterbereich zwei), in dem der dominante Anbieter zudem eine lang etablierte Marktposition besitzt, geringe Attraktivität für die Wettbewerber. Transporte von Mineralölzeugnissen, chemischen Erzeugnissen, und halb- und Fertigwaren (Güterbereiche drei, sieben, acht und neun) sind für die Wettbewerber deutlich attraktiver. Dies gilt insbesondere für die lang laufenden Container-Verkehre und ähnliche Korridorverkehre des Güterbereichs neun. Ganzzugverkehre sind relativ simpel konzipierte Punkt-zu-Punkt Verbindungen; hier steht die Preis- und Kostenkomponente im Vordergrund und die Verlader (Spediteure, Reedereien, Hafengesellschaften, andere Großkunden) bemühen sich deutlich um Wettbewerb auf der Schiene, indem sie beispielsweise Verkehre ausschreiben. Dies zeigt die Bedeutung, welche die Verlader der Verfügbarkeit langfristiger Alternativen zur Deutschen Bahn zumessen.

Der wirtschaftliche Vorteil von Wettbewerbern gegenüber der Deutschen Bahn AG ist insbesondere auf der Kostenseite zu sehen. Darüber hinaus positionieren sich einige Wettbewerber über hochwertige Spezialangebote, wie zum Beispiel den Transport von flüssigem Eisen durch SBB Cargo. Die Deutsche Bahn AG hat hingegen Vorteile bei komplexeren Systemverkehren und beim wenig attraktiven Einzelwagenverkehr.

Sollten die Bedingungen für intramodalen Wettbewerb stimmen, dann wird sich dieser wachsende Schienengütermarkt gleichzeitig zu einem Wettbewerbsmarkt auf der Schiene verwandeln. Somit werden alle Beteiligten zu Qualitätsverbesserungen und Preissenkungen, und intern zu Kostensenkungen und Produktivitätsverbesserungen gezwungen. Die entstandenen Angebotsverbesserungen kommen den Kunden zugute und locken weitere Kunden an, womit sich die Bedingungen der Schiene im intermodalen Wettbewerb gegenüber der Straße moderat verbessern.

Im Jahr 2007 konnten die im Schienengüterverkehr in Deutschland tätigen Gesellschaften des DB-Konzerns ihre positive Entwicklung mit einem Leistungszuwachs von 2,9 Prozent fortsetzen, während die Wettbewerber ihre Verkehrsleistung gegenüber dem Vorjahr sogar um 28,7 Prozent steigern konnten. Somit erreichten die Wettbewerber der Deutschen Bahn AG im Jahr 2009 einen Anteil von knapp 20 Prozent am gesamten Schienengüterverkehr. [113]

Neben den Binnenverkehren nahmen bei den Wettbewerbern insbesondere die grenzüberschreitenden Transporte stark zu. Diese Entwicklung unterstreicht erneut den in Deutschland funktionierenden Wettbewerb.

Die Privaten Eisenbahnverkehrsunternehmen EVU sind während der vergangenen Jahren in zahlreichen Fällen vergleichsweise flexibler und schneller auf Kundenwünsche eingegangen, und haben ehemaligen Monopolisten damit Geschäfte abgenommen.

#### **4.3.4 Nutzungsmöglichkeiten des Wettbewerbsystems der Deutschen Bahn für die Syrische Eisenbahn**

Auf der Syrischen Eisenbahnschiene gibt es keinen Wettbewerb im Nah-, Fern- und Güterverkehr, da der Syrische Eisenbahnverkehr ein staatlicher Sektor ist. Er beinhaltet zwei unabhängige Unternehmen, ein Unternehmen für Schmalspurstrecken und ein Unternehmen für Normalspurstrecken.

Da die Syrische Eisenbahn noch immer auf einem eingleisigen Netz fährt und zusätzliche technische Mängel bei der Schieneninfrastruktur sowie den Waggons, den Lokomotiven und den Weichen bestehen, bleibt die Entwicklung der Syrischen Eisenbahn schwach und ist nicht in der Lage, mit dem Straßenverkehr zu konkurrieren. Deshalb sind die bestehenden Schienen, Bahnhöfe, Lokomotiven und Waggons dringend zu renovieren, das Schienennetz doppelgleisig auszubauen, zusätzliche Bahnhöfe zu schaffen, und private Konkurrenz auf dem Markt zuzulassen. Dies trägt zur Verwirklichung eines wirksamen Wettbewerbs auf der Schiene bei, und damit zur Erhöhung ihrer Wettbewerbsfähigkeit gegenüber dem Straßenverkehr. In Deutschland hat diese Privatisierungspolitik den Verkehr auf der Schiene erhöht, und mit dem direkten Wettbewerb zwischen den verschiedenen Eisenbahnverkehrsunternehmen Druck auf das Preis-Leistungs-Verhältnis ausgeübt und damit einen starken Zwang zu Kostensenkungen, Produktivitätssteigerungen und Qualitätsverbesserungen geschaffen.

### **4.4 Service**

#### **4.4.1 Service-Einrichtungen**

Die Deutsche Bahn AG ist heute eines der führenden Mobilitäts- und Logistikunternehmen weltweit, tätig in 130 Ländern. Hauptgeschäft des Unternehmens ist der Eisenbahnverkehr. Die Deutsche Bahn hat rund 383.000 Mitarbeiter weltweit, davon knapp 182.000 Mitarbeiter in Deutschland. Diese setzen sich täglich dafür ein, Mobilität und Logistik für die Kunden sicherzustellen und die dazugehörigen Verkehrsnetze auf der Schiene, im Landverkehr sowie in der See- und Luftfracht effizient zu steuern und zu betreiben. Im Geschäftsjahr 2008 betrug

der Umsatz des Deutschen Bahn-Konzerns rund 33,5 Milliarden Euro und das um Sondereffekte bereinigte operative Ergebnis (EBIT) gut 2,5 Milliarden Euro.

Die gesamte Betriebslänge betrug 33.862 km im Jahr 2008, davon etwa als 19.600 km elektrifiziert. Auf dieser Strecke sind etwa 69.311 Weichen und Kreuzung verlegt; diese werden von etwa 5.609 Stellwerken bedient. Es gibt 5.718 Personen-Bahnhöfe in sechs Kategorien, etwa 27.107 Brücken und 770 Tunnel. Auf der Schiene fahren im Nah- und Fernverkehr 27.014 Personenzüge und 5.386 Güterzüge täglich. [114]

Es gab im Jahr 2005 15.373 Triebfahrzeuge (Lokomotiven und Triebwagen) und 12.047 Reisewagen und 102.778 Güterwagen. [115]

Im gleichen Zeitraum gab es 21.800 Bahnübergänge, von denen 11.400 technisch gesichert waren. [116]

## **4.4.2 Kundenservice**

### **4.4.2.1 Bahn-Tix**

Fahrkarten können in allen Deutschen Bahn Agenturen gebucht und an einem Fahrkartenautomaten mit Touch-Screen abholt werden. Der Rabatt ist in beiden Fällen gewährleistet.

Buchung und Bezahlung erfolgt wie gewohnt über das Reisebüro. Das bestellte und firmenindividuell rabattierte Ticket liegt direkt nach der Buchung an einem der rund 3000 Fernverkehrsautomaten mit Touch-Screen zur Abholung bereit. Der Reisende kann sich mit seiner bei der Buchung erfassten BahnCard-, Kreditkarte-, ec-Karte oder einer zugewiesenen Auftragsnummer am Automaten identifizieren und das Ticket sofort mitnehmen.

### **4.4.2.2 Die 1. Klasse Service der Deutschen Bahn**

Exklusiv für bahn.corporate-Kunden: 1. Klasse-Fahrschein inklusive City-Ticket

Für Firmenkunden ist das City-Ticket für die Weiterfahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln am Zielort inklusive. Somit können Geschäftsreisende mit ihrer Fernverkehrsfahrkarte auch ohne

BahnCard in über 80 Städten bis zum Zielpunkt ihrer Reise fahren, ohne sich um ein Nahverkehrsticket kümmern zu müssen. Einzige Voraussetzungen: [117]

- Normalpreisticket für die 1. Klasse mit bahn.corporate Großkunden-Rabatt
- Der Zielbahnhof der Zugreise ist über 100 Kilometer entfernt

Und wenn sich ein Termin verschiebt, können Bahn-Reisende flexibler umdisponieren, denn die Bahn erweitert gleichzeitig ihre Kontingente für Expressreservierungen.

Großzügige, komfortable Sitzplätze mit viel Beinfreiheit, reichlich Abstand zum Nachbarn und die Wahl zwischen Einzel- oder Doppelsitzplatz zeichnen die 1. Klasse aus.

In der 1. Klasse lassen sich auch Büroarbeiten erledigen; stabile Tische und Laptop-Steckdosen stehen zur Verfügung. Zugbereiche mit speziellen Verstärkern sorgen für einen störungsfreien Handy-Empfang. Andere Bereiche sind für Fahrgäste reserviert, die in aller Ruhe reisen möchten.

Die Bahn setzt auf umfangreichen Speisewagen- und Bistro-Service in den Fernverkehrszügen (ICE, IC, EC). Zusätzlich bietet die Bahn Sitzplätze mit Service-Personal in den Bistros des ICE 3 an. Den Fahrgästen der 1. Klasse wird im ICE und in fast allen anderen Fernverkehrszügen ein Am-Platz-Service angeboten. Kleine Snacks und Getränke erhalten die Fahrgäste darüber hinaus in vielen Zügen auch in der 2. Klasse. [118]

#### **4.4.2.3 DB Lounge: Die 1. Klasse im Bahnhof**

In den Deutschen Bahn Lounges in Hamburg und Berlin gibt es separate 1. Klasse-Bereiche, in denen die Bahnreisenden in einem exklusiven Ambiente arbeiten oder sich einfach entspannen können

Fahrgäste in den 1. Klasse-Bereichen der Lounges in Hamburg und Berlin können den Internet-Zugang über W-LAN kostenlos nutzen. Die Deutsche Bahn Lounges in Hamburg und Berlin stellen wie alle Deutsche Bahn Lounges einen T-Mobile Hot-Spot zur Verfügung.

Eintritt zur Deutschen Bahn Lounge haben Reisende mit einer gültigen Fernverkehrsfahrkarte der 1. Klasse sowie Bahn.comfort-Kunden mit einer Begleitperson. [119]



- **Rezeption**

Hier begrüßen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Fahrgäste und informieren sie über die Serviceangebote in der Deutschen Bahn Lounge. Auch Reiseinformationen, der Kauf von Fahrkarten, das Umbuchen oder Reservieren von Sitzplätzen sind möglich.

- **Aufenthaltsbereich**

Kleine Sitzgruppen mit bequemen Sesseln oder Sofas lassen viel Beinfreiheit und sorgen für eine ruhige Atmosphäre. Zeitungen, Zeitschriften und TV-Nachrichten stehen jederzeit bereit.

- **Gastronomie**

ServiceStationen mit einer Auswahl an kostenlosen, alkoholfreien Heiß- und Kaltgetränken stehen hier zur Verfügung.

- **Arbeitsplätze**

Laptop-Arbeitsplätze mit T-Mobile HotSpot-Internetzugang stehen zur Verfügung.

DB Lounges befinden sich in den Bahnhöfen Berlin Hbf, Bremen, Düsseldorf, Dresden Hbf, Frankfurt/Main Hbf, Frankfurt/Main Flughafen Fernbahnhof, Hannover, Hamburg Hbf, Köln, Leipzig, Mannheim, München, Nürnberg und Stuttgart.

#### **4.4.2.4 bahn.bonus - Das Prämienprogramm für Bahnfahrer**

Für jede Fahrt mit der BahnCard werden bahn.bonus-Punkte gutgeschrieben. Die gesammelten Punkte können Sie in Prämien eingetauscht werden. [120]

#### **4.4.2.5 Handy-Ticket**

Auf der Internetseite **mobile.bahn.de** können Reiseverbindungen ausgesucht und gebucht werden. Das Handy-Ticket wird wenige Minuten später als MMS (Multimedia Messaging Service) direkt aufs Handy gesendet. Der Sitzplatz kann dabei mitreserviert werden.

Bis zehn Minuten vor der Abfahrt des Zuges können Fahrkarten zum Normalpreis - mit oder ohne BahnCard-Ermäßigung - für die einfache Fahrt für eine Person innerhalb Deutschlands ab 51 Kilometer gebucht werden. [121]

#### **4.4.2.6 Vorteile bei Carsharing und Call a Bike**

Bundesweit stehen in über 80 Städten 1100 Deutschen Bahn Carsharing Fahrzeuge – nach Buchung via Internet oder Telefon – zur sofortigen Nutzung bereit.

In Berlin, Frankfurt am Main, Köln und München stehen 4400 Fahrräder von Call a Bike zur Verfügung. [122] [123]

#### **4.4.2.7 Angebote für Familien und Kinder**

Kinder zwischen 6 und 14 Jahren in Begleitung von Mama, Papa, Oma oder Opa reisen kostenlos. Wenn Kinder allein unterwegs sind, erhalten sie 50% Rabatt. Kinder unter 6 Jahren reisen kostenlos und ohne Fahrkarte. [124]

"Kids on Tour" - "Betreuung Alleinreisender Kinder“ ist ein Serviceangebot der Deutschen Bahn in Kooperation mit der Bahnhofsmmission, das eine durchgehende und sichere Betreuung von Kindern im Alter zwischen 6 und unter 15 Jahren, die ohne Eltern reisen, während der Bahnreise gewährleisten soll.

Die Servicezentrale organisiert zusammen mit der Bahnhofsmmission die Übernahme am Startbahnhof, die Betreuung während der Reise und die Übergabe am Zielbahnhof. Auf den ausgewählten Plätzen liegen viele interessante Spiele bereit. Maximal fünf Kinder reisen mit einer pädagogisch geschulten Begleitperson zusammen. [125]

#### **4.4.2.8 Klassenfahrten und Jugendgruppenreisen**

Dieses vielfältige Angebot Klassenfahrten und Jugendgruppenreisen umfasst Ziele für jede Altersstufe im europäischen Ausland

Bei vielen Auslandszielen bietet die Deutsche Bahn in Zusammenarbeit mit renommierten Fluggesellschaften günstige Komplettangebote mit Transfers, Flügen, Übernachtungsleistungen, Programmen vor Ort und mehr. Durch die Zusammenarbeit mit den Flugpartnern können Flüge von den meisten der deutschen Flughäfen angeboten werden.

#### **4.4.3 Nutzungsmöglichkeiten des Service-Systems der Deutschen Bahn für die Syrische Eisenbahn**

Durch die Untersuchung des bestehenden Dienstleistungssystems der Deutschen Bahn AG und die Unterstützung durch die deutsche Regierung soll ein hohes Service-Niveau erreicht werden. Es wird kontinuierlich daran gearbeitet, die Anforderungen der Kunden zu realisieren und gleichzeitig die Konkurrenzfähigkeit gegenüber anderen Verkehrsträgern zu erhöhen. Der Vergleich der Syrischen Eisenbahn mit der Deutschen Bahn AG und die Ergebnisse der Befragung im Kapitell drei, verdeutlichen die Mängel an den Fähigkeiten und Leistungen der Syrischen Eisenbahn deutlich. Die bestehende eingleisige Netz-Technik der syrischen Bahn ist unzureichend; dazu kommen weitere technische Mängel. Hinzu kommt, dass die bestehenden Bahnhöfe unzureichend und schlecht ausgestattet sind. Die syrische Bahn hat auch keine Verkehrsmittel des Zubringerverkehrs, welche die Bahnhöfe mit den Zentren der Städte und Regionen verbinden; es gibt ungenügend Reservierungsbüros und keine Fahrkarte-Automaten. Buchung per Internet oder Handy sind nicht möglich, und es gibt keine Verbindungen zwischen den Bahnhöfen und den Seehäfen. Damit sind die Grundvoraussetzungen für den Tür-zu-Tür-Transport nicht gegeben. Das Ergebnis ist ein geringes Verkehrsaufkommen im Personen- und Güterverkehr. Daraus folgen ein geringer Ertrag und eine geringe Konkurrenzfähigkeit gegenüber anderen Verkehrsträgern, insbesondere dem Straßenverkehr.

Daher ist es notwendig, dass die Syrische Eisenbahn die ständigen Forschungen und die Dienstleistungs-Maßnahmen der Deutschen Bahn AG oder anderer weitentwickelter Ländern beobachtet. Dafür ist ein Zeitplan für die Umsetzung dieser Maßnahmen notwendig, in dem die Umstände und Möglichkeiten der Syrischen Eisenbahn berücksichtigt werden.

#### **4.5 Pünktlichkeit**

Wie im Verkehrswesen üblich, bezeichnet die Pünktlichkeit im Eisenbahnbetrieb die Übereinstimmung zwischen veröffentlichten Fahrplan und tatsächlichen Ankunfts- und Abfahrtszeiten.

Permanentes Ziel des Bahnbetriebes ist eine pünktliche Abfahrt und Ankunft entsprechende dem betrieblichen oder verkehrlichen Fahrplan, so dass sich sowohl Kunden und betrieblich relevante Organe auf den Fahrplan verlassen können. [126]

Wenn ein Zug vor der im öffentlichen Fahrplan bestimmten Zeit an einem Bahnhof oder eine Betriebsstelle einfährt, so spricht man von einer Verfrühung des Zuges. Im Gegensatz dazu spricht man von einer Verspätung des Zuges, wenn der Zug erst nach der im öffentlichen Fahrplan vorgesehenen Zeit einfährt. Außerdem ist zu beachten, dass eine verspätete Ankunft an einem Bahnhof nicht zwangsläufig eine verspätete Abfahrt zur Folge hat, beispielsweise bei längerem Aufenthalt des Zugs im Bahnhof. Ebenso muss eine verspätete Abfahrt nicht zu einer anderweitigen verspäteten Ankunft führen, da Züge unter gewissen Umständen eine entstandene Verspätung aufholen können. Eine verfrühte Ankunft führt in der Regel nicht zu einer verfrühten Abfahrt, da Reisezüge im Allgemeinen bis zur fahrplanmäßigen Abfahrtszeit warten müssen.

Eine Ankunft vor der fahrplanmäßigen Zeit wird im allgemeinen Sprachgebrauch nicht als Unpünktlichkeit bezeichnet, da sie von der Mehrheit der Fahrgäste nicht als störend oder gar problematisch empfunden wird. Im alltäglichen Betrieb können solche Situationen jedoch erhebliche Probleme bereiten.

Bahnfahren kann einerseits sehr schön sein; schnell, sicher, umweltschonend, stressfrei und pünktlich wie mit keinem anderen Verkehrsmittel. Doch schon wenige Minuten Verspätung können das entspannte Reisen in eine Zitterpartie verwandeln. Aufgrund der teilweise knappen Übergangszeiten können mitunter Sekunden darüber entscheiden, ob der Anschlusszug erreicht werden kann oder eine lange Verspätung droht.

Unpünktlichkeiten von Zügen ziehen nicht nur Verärgerung der Fahrgäste nach sich; sie verursachen auch zahlreiche weitere Probleme. Zu den von Fahrgästen wahrgenommenen Problemen zählen insbesondere:

- Anschlussverlust bei der Weiterreise, was zu einer erheblichen Gesamtverspätung des Fahrgastes an seinem Zielort führen kann. Möglicherweise ist sogar eine zusätzliche Übernachtung erforderlich, falls der letzte Zug einer Verbindung verpasst wurde.
- Unpünktlichkeit bei Terminen.
- Überfüllung und chaotische Zustände an Bahnhöfen und in einzelnen Zügen, wenn mehrere Züge gleichzeitig unpünktlich sind.

In der Betriebsführung des Eisenbahnnetzes führen Unpünktlichkeiten, sowohl Verspätungen als auch Verfrühungen, zu erheblichen Problemen. Dazu zählen:

- Verspätungen einzelner Züge ziehen häufig eine Serienreaktion nach sich, da aufgrund der Eigenschaften eines Schienennetzes auch dahinter befindliche Züge behindert werden und diese somit ebenfalls unpünktlich werden.
- Durch Anschlussaufnahme müssen an Bahnknotenpunkten mehrere Züge auf einen verspäteten Zug warten, da Fahrgäste diese Anschlusszüge umsteigen möchten.
- Verfrühungen verursachen durch Auflaufen schnellerer Züge auf langsamere davor fahrende Züge häufige, teils starke Bremsungen und Signalhalte, die sich sowohl negativ auf den Fahrkomfort als auch negativ auf den Energieverbrauch und den Verschleiß am Rollmaterial auswirken.

Bei der Deutschen Bahn AG gelten Züge erst ab einer verspäteten Ankunft von über fünf Minuten als verspätet. Bei der Berliner S-Bahn wird bereits eine Ankunft oder Abfahrt, die mehr als zwei Minuten vom Fahrplan abweicht, als verspätet eingestuft.

STIFTUNG WARENTEST hatte die Pünktlichkeit der Deutschen Bahn AG mehrmals untersucht. Das Wachstum der Pünktlichkeit der Deutschen Bahn AG lässt sich durch einen Vergleich der Ergebnisse der letzten zweiten Untersuchungen bewerten. Im Jahr 2001 enthielt die Stichprobe 14.000 Züge, im Jahr 2007 waren es 94.136 Züge.

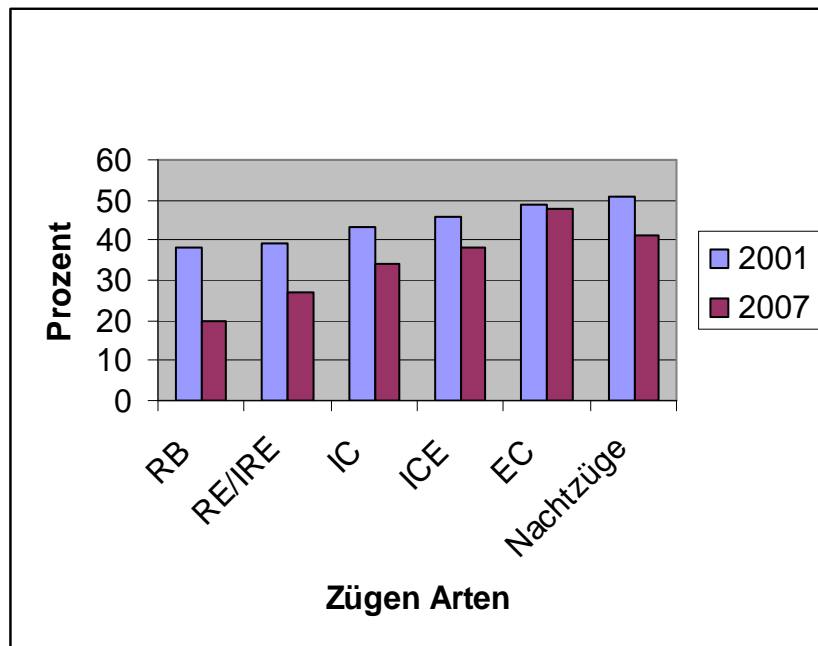
Die Betrachtung der Zugverspätung ab 4 Minuten auf Abb. (44) zeigt, dass sich die Pünktlichkeit aller Zugarten im Jahr 2007 deutlich verbessert hat. Die Züge des Nahverkehrs (RB, RE, IRE) weisen dabei eine höhere Pünktlichkeit auf als die Züge des Fernverkehrs (ICE, EC, IC, Nachtzug). Zahlreiche Mängel auf Nebenstrecken wurden ausgebessert.

Die Eurocitys führen die Liste der unpünktlichen Züge an; sie importieren ihre Verspätungen oft schon aus dem Ausland. Reisende in Deutschen Bahn -Nachtzügen (neue einheitliche Marke: „CityNightLine“) kamen häufig auch wegen nächtlicher Baustellen verspätet ans Ziel. Der Vergleich zwischen Fernzügen und Regionalzügen im Jahr 2007 zeigt folgende Ergebnisse, unter Berücksichtigung, dass ein Zug für die Deutsche Bahn AG erst dann als verspätet gilt, wenn er seinem Fahrplan mehr als fünf Minuten hinterher fährt:

Von 23.261 Fernzügen waren 46 % pünktlich inkl. einer Minute Verspätung, 26 % fast pünktlich (2-5 Minuten Verspätung) und 28 % verspätet (mehr als 5 Minuten Verspätung).

Von 70.875 Regionalzügen waren 56 % pünktlich inkl. einer Minute Verspätung, 30 % fast pünktlich (2-5 Minuten Verspätung) und 14 % verspätet (mehr als 5 Minuten Verspätung).

[127]

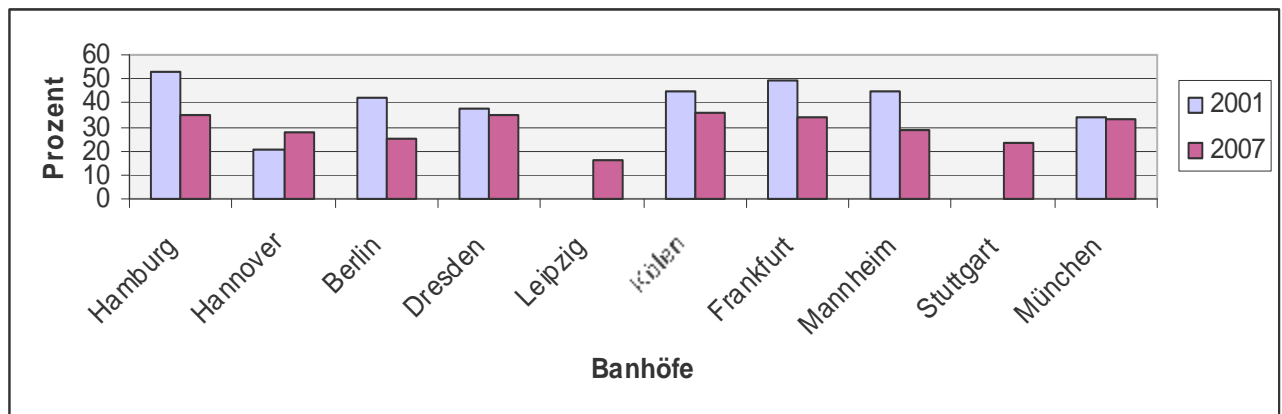


**Abbildung 44: Züge ab 4 Minuten Verspätung im Jahr 2001- und 2007 nach der Arten, Angaben in Prozent.**

Quelle: STIFTUNG WARENTEST. 9/ 2001 test, 2/ 2008 test.

Im Hinblick auf die Zugverspätungen in den großen Hauptbahnhöfen, zeigt die folgende Abb. (45), dass sich die Pünktlichkeit auf den großen Hauptbahnhöfen im Jahr 2007 deutlich verbesserte. Das beste Ergebnis erzielte der Leipziger Hauptbahnhof mit etwa einer Verspätung auf sieben Züge.

Tatsächlich kämpfen die Bahner auch hierzulande um jede Minute. Denn viele Züge haben nur ein enges Zeitfenster, um im komplexen Weichenfeld vor großen Bahnhöfen auf das richtige Bahnsteiggleis eingefädelt zu werden. Selbst geringfügige Fahrplanabweichungen können somit die Pünktlichkeit nachfolgender oder entgegenkommender, kreuzender Züge gefährden. So kann es passieren, dass die Fahrgäste wichtige Anschlusszüge verpassen. [128]



**Abbildung 45: Züge ab 4 Minuten Verspätung im Jahr 2001- und 2007 nach der Bahnhöfe, Angaben in Prozent.**

Quelle: STIFTUNG WARENTEST. 9/ 2001 test, 2/ 2008 test.

#### 4.5.1 Gründe für die Unpünktlichkeit:

Es gibt eine Vielfalt an Ursachen für Unpünktlichkeit; und trotz aller Anstrengungen sind sie nicht immer vermeidbar. Nach Aussage des Zugpersonales und eigenen Erfahrungen sind beispielsweise folgende Dinge häufige Gründe für Unpünktlichkeit: Selbstmordversuche, Witterungseinflüsse, belegte Gleise im Bahnhof, Auslastung des Streckennetzes, externe Einflüsse, Brände an Böschungen oder spielende Kinder im Gleisbereich. [129]

Auch technische Störungen an Triebfahrzeugen oder Wagen können die Weiterfahrt eines Zuges verzögern. Softwareprobleme im Zug und Streckenumleitungen, Störungen an der Leit- und Sicherungstechnik (Signaltechnik) haben meistens zur Folge, dass die Kapazität bestimmter Gleise oder Strecken vorübergehend eingeschränkt wird. [130]

Wenn die Schieneninfrastruktur nicht nachhaltig verbessert wird, drohen auch weiterhin Zugverspätungen, die auch auf ländlichen Bahnstrecken zu Engpässen und Verzögerungen führen.

Zu den Schäden an den Fahrwegen, beispielsweise durch Schienenbruch, gehören einerseits kurzfristige Sperrungen und Langsamfahrstellen, aber auch längerfristige Schäden, beispielsweise Gleisabsackungen und Brückenmängel, die oftmals erst nach mehreren Jahren repariert werden. Investitionen in den Ausbau des Schienennetzes sind deshalb dringend notwendig.

Die langfristigen Langsamfahrstellen können frühestens beim nächsten Fahrplanwechsel berücksichtigt werden. Solange wird es auch diesen Strecken auch weiterhin zu regelmäßigen

Verspätungen kommen. Oft führen Baustellen durch Langsamfahrstellen, und die Gleissperrungen führen somit zu Verspätungen. Auch kann der Fahrgastwechsel länger dauern als im Fahrplan vorgesehen, was beispielsweise bei erhöhtem Fahrgastandrang auftreten kann. Weitere Ursachen für einen ungeplant langen Bahnsteigaufenthalt eines Zuges sind auch das Verladen von vielen Fahrrädern oder das Blockieren von Türen durch Fahrgäste.

#### **4.5.2 Verfahren zur Gewährleistung von Pünktlichkeit:**

Folgende beispielhafte Maßnahmen werden von der Deutschen Bahn AG und anderen Eisenbahn-Unternehmen zur Gewährleistung von Pünktlichkeit durchgeführt:

- Flexibilität bei der Fahrplangestaltung, indem Fahrzeiten von Zügen bewusst länger als unbedingt nötig eingeplant werden, um geringfügige Verspätungen besser abpuffern zu können.
- Um Folgeverspätungen durch Anschlussaufnahmen zu reduzieren, werden knappe Anschlussverbindungen mit weniger als fünf Minuten Umsteigezeit in Fahrplaninformationssystemen meist nicht aufgelistet. In Deutschland beträgt die Umsteigezeit üblicherweise bis zu 15 Minuten. Interessant ist dies für Gehbehinderte sowie für alle weiteren Bahnkunden, die einen wichtigen Anschlusszug unbedingt erreichen müssen, beispielsweise den Nachtzug mit den reservierten Betten.
- Sitzt man in einem verspäteten Zug, und die Umsteigezeit könnte knapp werden, dann empfiehlt es sich, den Zugbegleiter darüber zu informieren, sodass dieser die Problematik telefonisch weitermelden kann, dass der Anschlusszug warten soll. Je mehr Bahnkunden dies betrifft, desto besser stehen die Chancen. [131]
- Wenn ein ICE mehr als 30 Minuten verspätet am Ziel ankommt, dann erhält man beim Zugchef oder Servicepoint einen Reisegutschein über zehn Euro für die nächste Reise. [132]



- Wenn spät abends der letzte Anschlusszug zum Reiseziel bereits weg ist, dann sollte man sich beim Bahnhofspersonal melden. Meist übernimmt die Bahn Taxi- oder Übernachtungskosten. [133]
- Wenn der Anschlusszug dennoch weg ist, hilft einem das Bahnhofspersonal weiter. An größeren Bahnhöfen gibt's dafür extra einen Servicepoint. Die Mitarbeiter am „Servicepoint“ informieren nicht nur, sondern können beispielsweise auch die zuschlagfreie Fahrt in einem nachfolgenden ICE ermöglichen. [134]

Diese Maßnahmen sollen dazu führen, dass sich die Zugverspätungen verringern. Die Bahn plant bei Bedarf von vornherein längere Fahrzeiten ein. Viele Kunden werden also zum selben Preis länger unterwegs sein. Aber mit etwas Glück haben sie dafür eine erhöhte Sicherheit, pünktlich anzukommen.

Der Fahrpreis wird in Deutschland nur in wenigen Fällen erstattet:

Seit 2002 bietet der Aachener Verkehrsverbund ein „Garantie-Ticket“ an, wenn der Bus oder die Bahn an der Starthaltestelle mehr als 20 Minuten Verspätung hat, und es keine Fahrtalternative mit öffentlichen Verkehrsmitteln gibt. [135]

In Schleswig-Holstein gibt es dieses Ticket seit 28. Mai 2006 [136], in Bayern seit 1. Mai 2007 [137] sowie in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen seit 1. Januar 2008. [138] Bei mehr als 60 Minuten Verspätung am Zielbahnhof werden 25 % des Fahrpreises erstattet; bei mehr als 120 Minuten werden 50 % des Fahrpreises in Form eines Gutscheins erstattet.

Ab 4. Dezember 2009 erhalten die Bahnkunden in allen nationalen und internationalen Zügen innerhalb der Europäischen Union ab 60 Minuten Verspätung eine Fahrpreischädigung von 25 % des Fahrpreises, ab 120 Minuten von 50 % des Fahrpreises. Auf Wunsch erfolgt die Entschädigung in Geld. Das schreibt die Verordnung (EG Nr. 1371/2007) des Europäischen Parlaments und des Rates vom 23. Oktober 2007 über die Rechte und Pflichten der Fahrgäste im Eisenbahnverkehr vor. [139]

### **4.5.3 Nutzungsmöglichkeiten des Pünktlichkeitssystems der Deutschen Bahn für die Syrische Eisenbahn**

Die Züge der Syrischen Eisenbahn sind relativ unpünktlich, da die Syrische Eisenbahn noch immer auf einem eingleisigen Netz fährt und zusätzliche technische Mängel bei der Schieneninfrastruktur sowie den Waggons, den Lokomotiven und den Weichen bestehen.

Die wichtigsten Aspekte der Kunden für die Wahl des Verkehrsmittels Bahn sind die Pünktlichkeit, die Geschwindigkeit, der Komfort, die Sicherheit und die Umweltfreundlichkeit.

Die Syrische Eisenbahn verwendet mehrere Maßnahmen, um die Pünktlichkeit zu erhöhen, z. B. Direktverbindung, Verlängerung der Reisezeit und Verringerung Anzahl gleichzeitig verkehrender Züge.

Die Syrische Eisenbahn kann sich in diesem Rahmen an den von der Deutschen Bahn AG gebotenen Anreizen und deren Pünktlichkeits-Politik orientieren; z. B. Erstattung der Fahrpreise, Servicepoint, Bahn-Bonus, u.v.m..

## 5 Ergebnisse und Diskussion

### 1. Die Syrische Eisenbahn Anlagen sind im Allgemeinen altmodisch

- I. Im Jahr 1970 verfügte Syrien über insgesamt 667 km Eisenbahnlinien in Regelspur und 347 km in Schmalspur. Zwischen 1970 und 1990 wurde das Streckennetz mit sowjetischer Hilfe um 1116 km auf 1783 km erweitert.
- II. In Syrien fuhren im Jahr 2002 insgesamt 540 Personenwagen, die zwischen 1970 und 1983 aus Polen, Rumänien und der DDR importiert wurden, der Großteile davon aus der DDR. Im Güterverkehr sind 4397 Güterwagen verschiedener Typen im Einsatz. Die meisten wurden zwischen 1960 und 1975 importiert.
- III. Die meisten Gleisbaumaschinen stammen aus der Sowjetunion und von der Firma Plasser & Theurer (Österreich).
- IV. Die verwendeten Schwellen sind aus Holz, Stahl und Beton. Die Betonschwellen wurden seit 1966 nach ungarischer Konstruktion und Technologie in einem Betrieb in Aleppo hergestellt.
- V. Die Signal- und Fernmeldeeinrichtungen wurden mit sowjetischer und DDR-Technologie ausgestattet, die dem technischen Stand der 60er Jahre des 20. Jahrhunderts entsprechen.

### 2. Die Dichte des Syrischen Eisenbahnnetzes ist im Verhältnis zur Fläche Syriens niedrig; sie betrug 15,08 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 1998 und 15,31 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 2005. Im Unterschied dazu betrug die Dichte des Deutschen Eisenbahnnetzes 94,82 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 2008.

Im Vergleich zum Straßennetz scheint der Unterschied sehr groß, die syrische Straßennetz-Dichte lag bei 225,90 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 1998 und stieg bis zu 270,14 km/1000 km<sup>2</sup> im Jahr 2005. Dafür gibt es viele Gründe:

- Die hohen Kosten des Eisenbahnnetz-Aufbaus

- Der Eisenbahntransport erhält keine ausreichende Sorge von den zuständigen Stellen.
  - Der Privat-Sektor trägt nichts bei, weil der Gewinn zu gering ist.
3. Für die Stichprobe wurden 400 Mitarbeiter der Syrischen Eisenbahn ausgewählt, die in den Direktionen des Marketings, des Verkehrs, der Bewegung, und des Direktorats für Personen- und Gütertransport arbeiten. Ein Grund dafür sind die guten Kenntnisse der in diesen Direktoraten tätigen Mitarbeiter über die Vertriebsprobleme, unter denen diese Sektoren leiden. Außerdem ist die Eisenbahn in Syrien ein staatlicher Sektor, wodurch die Meinungen dieser Mitarbeiter unvoreingenommen sind; sie sind ganz besonders an der Entwicklung ihres Sektors interessiert. Dies wurde während der Durchführung dieser Befragung deutlich. Der negative Blick der Menschen in Syrien gegenüber der Eisenbahn macht die Befragungsergebnisse bis zu einem gewissen Grad voreingenommen, was bereits in einer wissenschaftlichen Arbeit über 438 Passagiere im Jahr 2005 in Syrien nachgewiesen wurde. Um die Befragung realistischer zu gestalten, umfasste sie unterschiedliche Gruppen bezüglich des Geschlechtes, des Alters oder des Einkommens. Die Umfrage zeigt folgende Ergebnisse:

#### I. Bewertung der Preise

- Die Generalorganisation der Syrischen Eisenbahn übernimmt die Preisfestsetzung für den Personen- und Gütertransport. Für den Personentransport bestimmt die Generalorganisation den Tarif pro Kilometer und Fahrgast nach dem Prinzip sinkender Kilometerpreise bei zunehmender Wegstrecke. Der Tarif der ersten Klasse für Erwachsene ist die Grundlage zur Berechnung der verschiedenen Tarifarten beider Klassen. Die Preisfestsetzung für den Gütertransport erfolgt nach Aufteilung der Güter nach deren Sorte und gemäß den Güter-Lastwaggons, in denen die fünf Sorten transportiert werden.
- Die statistische Analyse zwischen dem monatlichen Einkommen der Angestellten und ihrer Einschätzung des Preis-Leistungs-Verhältnis beim Personentransport zeigt keine signifikante Korrelation (Korrelation = 0,026).

- Bei der Befragung zeigt sich, dass die Transportpreise der Syrischen Eisenbahn bis zu einem gewissen Grad den angebotenen Dienstleistungen entsprechen. Weil die angebotenen Dienstleistungen sehr mangelhaft sind, hat die Direktion keine andere Wahl außer der allgemeinen Preissenkung. Daher blieben die Preise seit 1996 fast stabil.
- die meisten der Befragten Personen fanden den Beförderungspreis (beim Personen- und Gütertransport) der syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr nicht teuer.
- Die statistische Analyse zwischen dem monatlichen Einkommen der Angestellten und der Einschätzung des Beförderungspreis der Syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr zeigt keine signifikante Korrelation (Korrelation = 0,081).
- Im Allgemeinen denken 74,50 % der befragten Personen, dass die Aufteilung in zwei Klassen die Passagierzahlen nicht beeinflusst hat, weil der Unterschied im Service und Preis der beiden Klassen zu gering ist (Abb. 14).

## II. Bewertung der Werbung

- Bezüglich des Reklamenumfangs zeigt die Umfrage: 71,25 % empfanden die Reklame als wenig, und 25,25 % bewerteten sie als nicht vorhanden, und bezüglich des Wahrheitswerts: 71,50 % hielten den Wahrheitswert für gering, und 19,25 % sprachen der Werbung keinen Wahrheitswert zu. Anhand dieser Ergebnisse ist erkennbar, dass die Werbung für die Syrische Eisenbahn ein großes Problem darstellt, sowohl in Fragen des Reklameumfangs als in Fragen der Glaubwürdigkeit. Und damit spiegelt sich der Reklameeffekt negativ auf die Steigerung des beförderten Volumens von Personen und Gütermenge ab. (Abb. 17, 18, 19, 20)

## III. Bewertung der Serviceeinrichtungen

- Bezüglich der Reservierungs- und Reiseordnung zeigt die Umfrage, dass 90,25 % der Befragten das Reservierungssystem der Syrischen Eisenbahn

als nicht modern bewerteten und 80,25 % die Frage, ob es genügend Reservierungsbüros gibt mit „nein“ beantworteten. (Abb. 21, 22)

- Von den Befragten empfanden 41,50 % die Anzahl der Bahnhöfe als nicht ausreichend und 57 % empfanden die Einrichtungen in den Bahnhöfen als nicht ausreichend. (Abb. 24, 25)
- Bezüglich der Verlässlichkeit der Syrischen Eisenbahn zeigt die Umfrage: 54,75 % aller Befragten bewerteten die Verlässlichkeit als durchschnittlich. Aber auf die Frage, ob die Syrische Eisenbahn über ein Streckenüberwachungssystem verfügt, antworteten 73 % der Befragten mit „unzureichend“. (Abb. 26, 27).

Die Mitarbeiter der Syrischen Eisenbahn sind der Meinung, dass das Sinken des Vertrauens- und Sicherheitsgrads auf die andauernden Probleme der Bahn zurückzuführen sind, und nicht rechtzeitig durchgeführte Reparaturarbeiten (z. B. dem hohen Alter der Bahnmaterialien, Verschlechterung der Weichen in den Bahnhöfen, die Zunahme der Defekte an Signal- und Verbindungsanlagen, den Mangel an Überwachung und Anweisungen an den unregulären Übergängen, usw.)

- Hinsichtlich der Geschwindigkeit zeigt die Umfrage: 65,75 % aller Befragten empfinden sie als durchschnittlich, und auf die Frage, ob die Syrische Eisenbahn auf hoher Geschwindigkeit ausgerichtet ist, antworteten 59,50 % mit „nein“. (Abb. 28, 29)
- Die Pünktlichkeit der Syrischen Eisenbahn bewerteten 66,50 % aller Befragten als durchschnittlich und 28,50 % als niedrig. (Abb. 30)
- Den Komfort der Syrischen Eisenbahn bewerteten 64 % aller Befragten als durchschnittlich und 31,25 % als niedrig. (Abb. 31)

- Auf die Frage nach dem bevorzugten Verkehrsmittel, ergibt die Umfrage: 47,25 % aller Befragten bevorzugten den Straßenverkehr und 28 % bevorzugten weder Eisenbahn noch Straßenverkehr. (Abb. 32)
- Die statistische Analyse zeigt:
  - a. keine signifikante Korrelation zwischen dem monatlichen Einkommen der Angestellten und deren bevorzugten Verkehrsmitteln (Korrelation = -0,17).
  - b. keine signifikante Korrelation zwischen dem Alter der Angestellten und deren bevorzugten Verkehrsmitteln (Korrelation = -0,066).
  - c. keine signifikante Korrelation zwischen dem Geschlecht der Angestellten und deren bevorzugten Verkehrsmitteln (Korrelation = -0,047).

#### IV. Bewertung der Konkurrenz

- Die Umfrage zeigt: 18,25 % aller Befragten fanden die Eisenbahn über ihren Preis konkurrenzfähig; 23,50 % fanden die Eisenbahn über ihren Service konkurrenzfähig; 42,75 % fanden die Eisenbahn über ihren Preis und Service konkurrenzfähig; und 15,50 % aller Befragten fanden die Eisenbahn nicht konkurrenzfähig gegenüber dem Straßenverkehr (Abb. 33).
- Bei der Konkurrenz Preis fanden 72,50 % aller Befragten die syrische Eisenbahn gegenüber dem Straßenverkehr im Personentransport konkurrenzfähiger, und 85,75 % der Befragten bewerteten die syrische Eisenbahn im Gütertransport als konkurrenzfähiger (Abb. 34-35)
- Bei der Konkurrenz im Service fanden 51,25 % aller Befragten die syrische Eisenbahn gegenüber dem Straßenverkehr im Personentransport konkurrenzfähiger, und 49,75 % der Befragten bewerteten die syrische Eisenbahn im Gütertransport als konkurrenzfähiger (Abb. 36-37).

Die ähnlichen Bewertungs-Prozentsätze für die Service-Konkurrenzfähigkeit von Eisenbahnen und Straßenverkehr im Personen-

und Gütertransport ergeben sich dadurch, dass jede Transportmittel seine besonderen Eigenschaften hat. Die Straßenverkehre sind aufgrund ihrer Flexibilität geeigneter bei Transporten von Tür zu Tür, während die Eisenbahn für bestimmte Waren, die spezielle Transportbedingungen benötigen, geeigneter ist.

- In Fragen der Sicherheit empfanden 89 % aller Befragten die Syrische Eisenbahn gegenüber Straßenverkehr im Personentransport als konkurrenzfähiger, und 87,75 % der Befragten bewerteten die Syrische Eisenbahn im Gütertransport als konkurrenzfähiger (Abb. 38-39).

Die hohe Sicherheits-Konkurrenzfähigkeit der Syrischen Eisenbahn ist nicht auf die Entwicklung von Überwachungs-, Kommunikations- und Signalgeräten, sondern auf das Herabsetzen der Geschwindigkeit und die Geringfügigkeit von Tagesreisen auf den Netzlinien zurückzuführen.

- Bei der Geschwindigkeit empfanden 15,50 % aller Befragten die Syrische Eisenbahn gegenüber dem Straßenverkehr im Personentransport als konkurrenzfähiger, und 16,50 % der Befragten bewerteten die Syrische Eisenbahn im Gütertransport als konkurrenzfähiger (Abb. 40-41).

## V. Bewertung der Eigentumsform

- Da die Syrische Eisenbahn eine staatliche Gesellschaft ist, wäre es nützlich, dem Privatsektor Investitions-Chancen zu gewähren; es sind auch Teilprivatisierungen denkbar. Das würde der Syrischen Eisenbahn größere Finanzmöglichkeiten verschaffen, was ihre Entwicklungsmöglichkeiten steigern würde.
- In der Umfrage bevorzugten 56,25 % aller Befragten ein Beibehalten der Verstaatlichung; 26,50 % der Befragten bevorzugten eine Privatisierung, und 17,25 % bevorzugten eine Teilprivatisierung der Syrischen Eisenbahn. (Abb. 42)



## VI. Bewertung der Gesetze und Verordnungen

- Die Syrische Eisenbahn unterliegt demselben Gesetz, das auch die Tätigkeit der weiteren staatlichen Organisationen verwaltet. Das wirkt sich negativ auf ihren Entwicklungsfortschritt aus. Diese organisatorischen Gesetze für den Syrischen Eisenbahntransport sind veraltet. Dies erfordert ausgiebige Prüfungen und Modernisierungen. Es wäre sehr wichtig, dass die Organisationen der Syrischen Eisenbahn auf ihre speziellen Umstände und Bedürfnisse unabhängiger handeln können, da sich ihre Arbeit stark von den Arbeiten anderer staatlicher Organisationen unterscheidet.
- Den Effekt von gesetzlichen Verordnungen auf die Entwicklung der syrischen Eisenbahn bewerteten 36,25 % aller Befragten als positiv; 34 % bewerteten ihn als neutral, und 29,75 % bewerteten ihn als negative (Abb. 43).

4. Es ist erforderlich, dass die Generalorganisationsverwaltung der Syrischen Eisenbahngesellschaft, insbesondere das Marketing-Direktorat, die Haupt-Umweltfaktoren ernst nehmen, welche die Organisation umgeben und deren Tätigkeiten beeinflussen. Dies erfolgt durch:

- I. Kontinuierliche Bewertung der Beziehung zwischen dem Marketing-Direktorat und den anderen Direktoraten, sowie die Beziehung zwischen dem Marketing-Direktorat, den Mitarbeitern der Organisation, den Fahrgästen und den Reservierungs- und Reisevertretern.
- II. Das Marketing-Direktorat der Syrischen Eisenbahnen benötige zur Analyse der demographischen und gesellschaftlichen Faktoren der Syrischen Gesellschaft eine Datensammlung, welche die Organisationen und Personen, deren heimatliche Sitten, Arten des Benehmens, sowie Geburtenziffer, Bevölkerverteilung nach Alter, Wohngebiet, Bildungs- und Einkommenstand und weiteres, enthält. Die statistische demographische und gesellschaftliche Analyse hilft den Vertriebsangestellten bei der Bestimmung und Erfassung der Marktsektoren und der Vertriebsstrategien, die für jeden dieser Sektoren

verwendet werden kann. Aus Marketing-Sicht ist der Verbraucher das Zielobjekt aller Waren und Dienstleistungen. Folglich sollten die Marketing-Bemühungen auf die Verbraucherwünsche ausgerichtet sein. Dazu gehört, die psychologischen und demographischen Eigenschaften der Verbraucher sowie die verschiedenen Stadien der Meinungsbildung vor dem Kauf zu analysieren und zu kennzeichnen.

- III. Die Vertriebsangestellten sollen das Syrische Einkommensniveau, den Inflationsdurchschnitt, den Produktivitätsstand und die Arbeitslosigkeitskennzahlen untersuchen, und die Auswirkungen dieser wirtschaftlichen Faktoren einschätzen. Dies ermöglicht ihnen, Nutzen aus den Vorzügen dieser Veränderungen zu ziehen, und die erwarteten nachteiligen Veränderungen auf ein Minimum herabzusetzen.
- IV. In Syrien wird zwischen zwei Konkurrenzarten unterschieden. Auf der Schiene ist die Konkurrenz nicht vorhanden, da die Eisenbahn dem staatlichen Monopol unterliegt. Beim Transport auf Straße und Schiene gibt es in Syrien eine Konkurrenz zwischen den zahlreichen privaten Straßentransportfirmen untereinander und mit der Eisenbahn. Die Straßentransportfirmen stützen sich in Syrien bei der Preisgestaltung stark an die Konkurrenz, wodurch die Preise in Abhängigkeit vom Bedarf an Transportdienstleistungen ständig schwanken. Die Preise der Eisenbahn halten aufgrund ihrer Preisstabilität und der ungenügenden Anpassung der Preise mit den angebotenen Dienstleistungen mit. Auf Grund dieser Umstände des Syrischen Landtransports führt die Konkurrenz zur Kostenzunahme für die Eisenbahn. Die staatliche Bahn ist verpflichtet, ständig ausreichend Transportmöglichkeiten bereitzustellen. Die Kapazitäten der Eisenbahn werden außerhalb der Hochsaison also nicht ausgenutzt; die durchschnittlichen Inbetriebnahme-Kosten und insbesondere die fixen Kosten für Waggons, Züge, Bahnhöfe und weiterem steigen somit an. Steigende Konkurrenz hat folglich steigende Kosten für die Eisenbahn und anschließend die Herabsetzung des Dienstleistungsniveaus zur Folge. Unter den gegenwärtigen Umständen sollte das Marketing-Direktorat Studien über die Veränderungen, die sich im Sektor des Landtransports ereignen können, die Pläne und Schwachpunkte der Konkurrenten analysieren und daraus eigene

Pläne erstellen. Die Eisenbahn würde somit in die Lage versetzt, eigenen Nutzen aus den Schwachstellen der privaten Konkurrenz-Straßentransportfirmen zu ziehen.

V. Der Eisenbahntransport in vielen Ländern setzt großenteils auf moderne Technologien ihrer Kontroll-, Kommunikations-, Signal- und Verkehrssysteme, als auch ihrer Reservierungs- und Reisesysteme und alles was im Zusammenhang mit dem Eisenbahntransport steht. Trotz weitreichender technologischer Entwicklungen stützt sich die Syrische Eisenbahn noch immer auf ihre altmodischen Systeme. Das Marketing-Direktorat der Syrischen Eisenbahn sollte die technologischen Fortschritte nutzen, die ihre Arbeitssysteme verbessern können. Somit ließen sich Transportsdienstleistungen besser erklären, verstehen und absetzen.

VI. Da die Syrische Eisenbahn eine staatliche Gesellschaft ist, benötigt sie für jede Veränderung oder Entwicklung ihrer Handlungsmethoden die Zusage von zahlreichen zuständigen Behörden. Das erfordert lange Zeit, und hindert die Syrische Eisenbahn, schnell auf die Vertriebsstrategieränderungen der konkurrierenden Straßentransportgesellschaften zu reagieren. Daher sollte sie spezielle Geschäftsordnungen haben, die es ihr ermöglichen, flexibel handlungsfähig zu bleiben, um stetige Entwicklungen und Erneuerungen zu gewährleisten, die ihr eine höhere Konkurrenzfähigkeit verleihen.

5. Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport unterscheiden sich von industriellen oder landwirtschaftlichen Produkten. Es bedarf einer Erklärung deren wesentlicher Unterschiede, um die entsprechenden Marketing-Methoden zu verstehen:

- Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport stützen sich hauptsächlich auf Bequemlichkeit, Sicherheit, Komfort, Geschwindigkeit, Pünktlichkeit und mögliche Fahrtzeitenreduzierungen. Gegenteilig zu den industriellen und landwirtschaftlichen Produkten, die verpackt und zu den Märkten versendet werden, findet die Dienstleistung an ihrem Entstehungsort statt.

- Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport zeichnen sich durch ihre zeitliche Bindung und die Unmöglichkeit ihrer Lagerung aus.
  - Die Dienstleistungen beim Eisenbahntransport sind als Gemeinsames zu betrachten; sie sind stark mit bestimmten Personen verbunden, was sie unteilbar macht. Dazu gehören das gute Benehmen der Angestellten in den Reservierungsbüros und während der Reise, Sauberkeit der Bahnhöfe und das dortige Vorhandensein von Dienstleistungen wie einem Kiosk zum Kaffee-Verkauf, Zigaretten, Zeitungen, Zeitschriften und weiterem. Hinzu kommen die Pünktlichkeit und weitere Dienstleistungen.
  - Der Kunde ist nicht der direkte Besitzer einer Dienstleistung; so gehört ihm beispielsweise nicht der Sitz im Bahnwaggon, sondern er hat während der Fahrt nur das Verwendungs-Recht für eine bestimmte Zeit.
6. Das derzeitige Preissystem der Syrischen Eisenbahn, wie im Kapitel drei erklärt, wurde 1996 erarbeitet. Es gab nur eine geringe Veränderung für einige Linientarife im Jahr 2007. Dies entspricht der fehlenden Fortentwicklung an Dienstleistungen und dem unflexiblen angewendeten Preissystem, das nicht auf wirtschaftliche Grundlagen (Volumen der erwarteten Nachfrage oder Höhe der Kosten oder Infolge der Investitions-Einkommen oder Wettbewerbskapazität) aufgebaut ist. Außerdem besteht ein Mangel an Vielfalt der Preis-Angebote; dagegen sind die Preis-Angebote der Deutschen Bahn AG sehr vielfältig (z. B. Rabatte der BahnCard 25 oder BahnCard 50 oder Mobility BahnCard 100, Wochenende Ticket oder Gruppen-Fahrkarte, viele Aktions- und Sonderangebote und mehrere Stufen für Sparpreise). Daher es ist erforderlich, dass die Vertriebsdirektion der Syrischen Eisenbahn das Preissystem nach Vorbild der Deutschen Bahn AG und anderer weiterentwickelter Länder überprüft, aktualisiert und nach wirtschaftlichen Kostenrechnungen anpasst werden; z. B. im Know-how und der verwendeten Software zur Berechnung der Normalpreise, Bahncard-Preise oder mehrstufigen Sparpreise. Das ermöglicht ein flexibleres Preissystem der Syrischen Eisenbahn und somit eine hohe Wettbewerbsfähigkeit gegenüber dem Straßenverkehr.
7. Es ist erforderlich, dass einige allgemeine Grundlagen für Reklame verfasst werden, um die Möglichkeiten von Reklamen besser nutzen zu können. Besonders wichtig ist es, dass

sich Inserenten zu speziellen Berufs- und Moralprinzipien und Normen verpflichten, damit Reklamen ein höheres Publikumsvertrauen erwerben, und nicht weiter an Werbewirksamkeit auf die Verbraucher verlieren. Das wäre Zeit-, Geld- und Gesellschaftsvermögensverschwendung. Es lässt sich festhalten, dass die Werbewirksamkeit und somit der Erfolg von Reklamen für die Syrische Eisenbahn von folgenden Grundlagen, Prinzipien und Normen abhängt.

- Durchführung wissenschaftlicher Forschungen und Untersuchungen im Zusammenhang mit den Verbrauchern, an welche die Reklame gerichtet ist.
  - Die Reklame für Transport-Dienstleistungen der Syrischen Eisenbahn soll den Verbrauchern ernsthafte Vorteile bieten.
  - Die Informationsberichte sollen in der Lage sein, die Aufmerksamkeit von Lesern, Zuschauern oder Zuhörern auf sich zu ziehen.
  - Die Unterbindung von allem, was das allgemeine Empfinden oder religiöse und traditionelle Gefühle verletzt.
  - Reklame sollten wirtschaftlich sein; den größtmöglichen Nutzen für möglichst geringe Kosten erzielen.
  - Reklame stützt sich auf das Vertrauen der Kunden. Die Stärkung der eigenen Glaubwürdigkeit und der Verzicht auf Lügen oder Betrug, sind für das Wahrheitsempfinden und somit das Vertrauen der Kunden von großer Bedeutung
  - Einmalig veröffentlichte Reklamen sind schnell vergessen. Wiederholungen festigen den Informationswert im Gedächtnis der Kunden, und bewegen sie somit schrittweise zur Wahrheitsannahme der Reklame; fortdauernde Reklamen führen zur Gewohnheit von Waren- oder Dienstleistungseinkäufen durch Kunden. Damit wird ihre Loyalität gesichert und die Stabilität auf dem Markt gefestigt.
  - Die Reklame muss mit einer echten Angebotsverbesserung verknüpft sein
8. Verfahrensbestimmung der Verkaufsanreize, wie Ausstellungen, Konferenzen und Preisdiskussionen, zusätzlich die Qualifikation und dauerhafte Ausbildung von Absatzvertretern, Mitarbeitern der Fahrkartebestellung und Mitarbeitern der Marketingverwaltung und deren Direktionen.
9. Die Absatzwege der Syrischen Eisenbahn beabsichtigen, den Kunden eine Möglichkeit zu schaffen, mit der sie ihre Tickets auch anderswo als am Bahnhof reservieren können. Ziel

ist es, einen hohen Grad an Kundenloyalität zu erzielen, damit diese mit der syrischen Eisenbahn reisen. Das Telefon und das Internet sind heutzutage die primären Absatzwege.

- 10.** Der Vergleich der Syrischen Eisenbahn mit der Deutschen Bahn AG und die Ergebnisse der Befragung im Kapitell drei, verdeutlichen die Mängel an den Fähigkeiten und Leistungen der Syrischen Eisenbahn deutlich. Die Syrische Eisenbahn hat auch keine Verkehrsmittel des Zubringerverkehrs, welche die Bahnhöfe mit den Zentren der Städte und Regionen verbinden; es gibt ungenügend Reservierungsbüros und keine Fahrkarte-Automaten. Buchung per Internet oder Handy sind nicht möglich, und es gibt keine Verbindungen zwischen den Bahnhöfen und den Seehäfen. Damit sind die Grundvoraussetzungen für den Tür-zu-Tür-Transport nicht gegeben. Das Ergebnis ist ein geringes Verkehrsaufkommen im Personen- und Güterverkehr. Daraus folgen ein geringer Ertrag und eine geringe Konkurrenzfähigkeit gegenüber anderen Verkehrsträgern, insbesondere dem Straßenverkehr. Daher ist es notwendig, dass die Syrische Eisenbahn die ständigen Forschungen und die Dienstleistungs-Maßnahmen der Deutschen Bahn AG oder anderer weitentwickelter Ländern beobachtet. Dafür ist ein Zeitplan für die Umsetzung dieser Maßnahmen notwendig, in dem die Umstände und Möglichkeiten der Syrischen Eisenbahn berücksichtigt werden.
- 11.** Bisher gibt es kein Trassenpreissystem in dem Syrischen Eisenbahnverkehr, weil die Syrische Eisenbahn (Eisenbahnverkehr und Schieneninfrastruktur) ein staatlicher Betrieb ist, und somit keine privaten Bahnen auf den Schienen fahren. Die Gründe dafür sind die technischen Mängel der Schieneninfrastruktur, der Waggons und der Lokomotiven, die im Allgemeinen altmodisch sind, und die privatisierungshinderlichen Verordnungen und Gesetze. Das verdeutlicht, dass die Entwicklung der Syrischen Eisenbahn den Einsatz eines Trassenpreissystems unbedingt erfordert. Daraus lassen sich positive Ergebnisse bei der stetigen Verbesserung der Kosten- und Produktionseffizienz sowie nachhaltige Sicherung einer in Qualität und Umfang angemessenen Infrastruktur erreichen. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es notwendig, einige Gesetze für die Syrische Eisenbahn zu ändern, damit die privaten Unternehmen in diesen Sektor investieren können. Somit ist zu empfehlen, die Syrische Eisenbahn in zwei unabhängige Unternehmen zu teilen; und zwar in ein Unternehmen für Eisenbahnverkehr (Waggons und Lokomotiven) und ein Unternehmen für Schieneninfrastruktur (Gleisanlage, Bahnhöfe, Signale, u.v.m.). Dies würde die Verwendung eines Trassenpreissystems im syrischen Eisenbahnsektor

ermöglichen. Die Deutsche Bahn AG ist in dieser Betrachtung ein optimales Vorbild für die Syrische Eisenbahn.

- 12.** Weil die Syrische Eisenbahn noch immer auf einem eingleisigen Netz fährt, bleibt die Entwicklung der Syrischen Eisenbahn schwach und ist nicht in der Lage, mit dem Straßenverkehr zu konkurrieren. Deshalb sind die bestehenden Schienen, Bahnhöfen Lokomotiven und Waggons dringend zu renovieren, das Schienennetz doppelgleisig auszubauen, zusätzliche Bahnhöfe zu schaffen, und private Konkurrenz auf dem Markt zuzulassen. Dies trägt zur Verwirklichung eines wirksamen Wettbewerbs auf der Schiene bei, und damit zur Erhöhung ihrer Wettbewerbsfähigkeit gegenüber dem Straßenverkehr. In Deutschland hat diese Privatisierungspolitik den Verkehr auf der Schiene erhöht, und mit dem direkten Wettbewerb zwischen den verschiedenen Eisenbahnverkehrsunternehmen Druck auf das Preis-Leistungs-Verhältnis ausgeübt und damit einen starken Zwang zu Kostensenkungen, Produktivitätssteigerungen und Qualitätsverbesserungen geschaffen.
- 13.** Die wichtigsten Aspekte der Kunden für die Wahl des Verkehrsmittels Bahn sind die Pünktlichkeit, die Geschwindigkeit, der Komfort, die Sicherheit und die Umweltfreundlichkeit. Die Syrische Eisenbahn verwendet mehrere Maßnahmen, um die Pünktlichkeit zu erhöhen, z. B. Direktverbindungen, Verlängerung der Reisezeit und Verringerung der Anzahl gleichzeitig verkehrender Züge, und trotzdem erreichen die meisten Züge unpünktlich ihr Ziel. Die Syrische Eisenbahn kann sich in diesem Rahmen an den von der Deutschen Bahn AG gebotenen Anreizen und deren Pünktlichkeits-Politik orientieren; z. B. Erstattung der Fahrpreise, Servicepoint, Bahn-Bonus, u.v.m..
- 14.** Es ist notwendig, die Bedingungen der Syrischen Eisenbahn Angestellten zu verbessern; durch Schaffung finanzieller und moralischer Anreize, zusätzlich durch stetige Aus- und Fortbildung der Angestellten im Bereich des Marketing. Die Transportdienstleistungen bei der Eisenbahn sind mit diesen Personen stark verbunden; um einen Fahrgast bei der Reise mit der Syrischen Eisenbahn zufrieden zu stellen, reicht es nicht aus, ihm einen bequemen Sitz und Klimatisierung zu bieten. Die Dienstleistung beginnt bereits zum Augenblick des Eintritts des Fahrgastes ins Reservierungsbüro, und endet mit seiner Ankunft am Endziel. Dazu gehört das gute Benehmen der Angestellten in den Reservierungsbüros und während der Reise.

## 6 Zusammenfassung

Diese Arbeit stellt eine Studie über den Eisenbahnvertrieb bzw. -marketing der Syrischen Eisenbahn dar. Die Problemstellung dieser Studie ist die wenig effektive Marketing-Politik der Syrischen Eisenbahn aufgrund des niedrigen technischen Niveaus der Syrischen Eisenbahn. Hinzu kommt die abnehmende Bemühung des Bahnpersonals im Umgang mit dieser Problemstellung und ihr mangelndes Interesse am Service-Konzept und ihrer Eigenschaften, sowie der Mangel an Marketing-Methoden zur Erhöhung der Fähigkeit des Sektors, auf dem Markt konkurrenzfähig zu bleiben, weiterzuexistieren und finanzielle und ökonomische Einsparungen zu erzielen.

Das Ziel der Studie ist es, durch die Darstellung der Hauptprobleme des Eisenbahntransports in Syrien, insbesondere der Marketing-Probleme, ökonomische Lösungen zu diesen Problemen zu finden, und von den Erfahrungen in diesem Bereich weiterentwickelter Länder zu profitieren. Das ermöglicht es der Generalorganisationsverwaltung der Syrischen Eisenbahn, die Transportdienstleistungen zu verbessern und die Kapazitäten des qualitativ notwendigen Niveaus zu erreichen.

Diese Arbeit enthält drei Hauptteile. Im ersten Hauptteil (Kapitel 2) wird die Entwicklung der Deutschen und Syrischen Eisenbahn untersucht. Im zweiten Hauptteil (Kapitel 3) werden die Marketing-Probleme des Syrischen Eisenbahntransports und ihre ökonomische Behandlungsmöglichkeiten untersucht. Dafür wird eine Befragung von 400 Mitarbeitern der Syrischen Eisenbahn durchgeführt. Um die Befragung realistischer zu gestalten, umfasste sie unterschiedlichen Gruppen bezüglich des Geschlechtes, des Alters oder des Einkommens. Die Befragten nahmen dabei Stellung zu Marketing-Problemen der Syrischen Eisenbahn bezüglich der Preise, Werbung, Reservierungs- und Reiseordnung, Bahnhöfe, Geschwindigkeit, Sicherheit und Vertrauen, Pünktlichkeit, Komfort, Konkurrenz, Eigentumsform, Gesetze und Ordnungen. Außerdem werden mögliche wirtschaftliche Methoden zur Lösung der Marketing-Probleme beim Personen- und Gütertransport der Syrischen Eisenbahn betrachtet. Im dritten Hauptteil (Kapitel 4) wird die Marketing-Politik der Deutschen Bahn und ihre Nutzungsmöglichkeiten für die Syrische Eisenbahn untersucht; in Rahmen Preissystem, Trassenpreissystem, Wettbewerbsentwicklung, Service und Pünktlichkeit. Zum Schluss werden wichtige Ergebnisse und Vorschläge erreicht, um den Eisenbahnvertrieb bzw. -marketing der Syrischen Eisenbahn weiterzuentwickeln.



## Endnoten

- [1] Sabounie, Murhaf: Transportmagazin. No. 2, Syrien, 2003
- [2] URL: [http://de.wikipedia.org/wiki/Dichte\\_%28Begriffskl%C3%A4rung%29](http://de.wikipedia.org/wiki/Dichte_%28Begriffskl%C3%A4rung%29)  
(2007-04-02)
- [3] Achim, Bühl; Peter, Zöfel: SPSS Version 10. Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows. S. 242
- [4] Fremdling, Rainer; Fremdspiel, Ruth; Kunz, Andreas (Hrsg.): Statistik der Eisenbahnen in Deutschland. 1835-1989. St. Katharinen, 1995
- [5] Die Konkurrenz für den Zentralbahnhof zu Frankfurt am Main, in: Wochenblatt für Architekten und Ingenieure, 1881
- [6] Tiffe, Georg: Geschichte des deutschen Lokomotivbaus. Berlin, 1985
- [7] Radkau, Joachim: Technik im Temporauch der Jahrhundertwende. In: Moderne Zeiten Technik und Zeitgeist im 19 und 20 Jahrhundert. Hrsg. von Michael Salewski / Ilona Stölken-Fitschen, Stuttgart, 1994, S. 61-75
- [8] Müller, Konrad A.: Wechselbeziehungen zwischen Verkehrspolitik, Verkehrswirtschaft und Allgemeinwirtschaft. 1931, S. 11
- [9] Eisenbahn und Kraftwagen. Denkschrift des Studienausschusses beim deutschen Industrie- und Handelstag, März 1930, S. 3
- [10] Ebd., 5
- [11] Ebd., 6
- [12] Zessin, Gerhard: Die Straße und ihre Bedeutungswandel seit dem Aufkommen des Automobils. 1935, S. 34

- [13] Borscheid, Peter: LKW kontra Bahn, in: Neimann / Hermann (Hrsg.): die Entwicklung der Motorisierung im Deutschen Reich und den Nachfolgestaaten. 1955, S. 23-38
- [14] Aufgrund des Art. 7 der Weimarer Reichsverfassung war die Gesetzgebung für den Verkehr mit Kraftfahrzeugen von Anbeginn an dem Reich vorbehalten.
- [15] Das am 26.8.1925 erlassene Kraftfahrlineiengesetz übernahm die Bestimmung von 1919, verzichtete aber – wie schon die Verordnung von 1919 auf eine eindeutige Klärung des Begriffes „Kraftfahrlinien“.
- [16] Borscheid, Peter: LKW kontra Bahn, in: Neimann / Hermann (Hrsg.): die Entwicklung der Motorisierung im Deutschen Reich und den Nachfolgestaaten 1955, S. 23-38
- [17] Hammer, Karl-Heinrich: der deutsche Eisenbahn- und Kraftwagenverkehr. Entwicklung und Krisen seit dem Ersten Weltkrieg und die Zukunftsaufgaben der deutschen Verkehrspolitik. 1951, S. 91
- [18] Gall L.; Pohl M.: Die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999, S. 180
- [19] Vermerk der Planung, Finanzen und Investitionen des Mtv an Staatssekretär Wollweber vom 05. 01. 1952 (streng vertraulich!), BAB, DM-1/1378. Zahlen für die DB nach: die Bundesbahn 1(1951), vorl. Jahresrückblick 1950
- [20] Gall, L.; Pohl, Manfred: Die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999, S. 298-300.
- [21] Ebd., 304-305
- [22] Ebd., 312-316
- [23] Das Bruttosozialprodukt wuchs jährlich real von 1950 bis 1959 um 7,95 %, von 1960 bis 1969 um 4,45 %, von 1970 bis 1979 um 2,74 % und von 1980 bis 1989 um 1,89 %.

- [24] Gall, L.; Pohl, Manfred: Die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999, S. 332-333
- [25] Präsidentenkonferenz am 18/19. 08 1949, prot., DB Museum.
- [26] Gall, L.; Pohl, Manfred: Die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999, S. 335
- [27] Ebd., 338
- [28] Ebd., 364-365
- [29] Ebd., 368-369
- [30] Ebd., 377
- [31] Ebd., 379
- [32] Privatisierungsvarianten der Deutschen Bahn AG „mit-und-ohne-Netz“ 2006, S. 50-57  
URL:[http://www.bmvbs.de/Anlage/original\\_952625/Gutachten-Privatisierungsvarianten-der-Deutschen-Bahn-AG-mit-und-ohne-Netz-\\_Maerz-2006.pdf](http://www.bmvbs.de/Anlage/original_952625/Gutachten-Privatisierungsvarianten-der-Deutschen-Bahn-AG-mit-und-ohne-Netz-_Maerz-2006.pdf)  
(2008-06-18)
- [33] Gall, L.; Pohl, Manfred: Die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999, S. 416-417
- [34] Schumacher, Oliver: DB- Konzern- 10Jahre DB AG, Positive Bilanz nach hartem Reformkurs - Bahnreform entlastet Steuerzahler - Bahn ist größter Investor in Deutschland - Auf dem Weg zum führenden internationalen Mobilitäts- und Logistikdienstleister. 2006, S. 1-6
- [35] Zarour, Jandab: Die Syrische Eisenbahn- Vergangenheit- Gegenwart- Zukunft. El-Eisenbahningenieur(65), 2005, S. 63-64

- [36] Informationsbroschüre der arabische Eisenbahnunion, Eigenverlag, Aleppo, 2004
- [37] Informationsbroschüre der Syrischbahngesellschaft, Eigenverlag, Aleppo, 2002
- [38] Zarour, Jandab: Die Syrische Eisenbahn- Vergangenheit- Gegenwart- Zukunft. El-Eisenbahningenieur(65),. 2005, S. 66
- [39] Zarour, Jandab: Eisenbahnbau 1. Universität Tischreen, Lattakia, 1993
- [40] Al-Ashkar, Feras; Naser, Mouhamed: Marketing Role in Activating Railway in the Syrian Arab Republic. Tischreen University Journal for studies Studies and Scientific Research –Economic and Legal Science Series. Vol. 27, No. 3, 2005, S. 171
- [41] Maarof, Haidar: Der binnenländische und ausländische Landtransport und die Steigerung seiner Aktivität im touristischen Marketing in Syrien. Magisterarbeit, Tishreen Universität, Latakia, Syrien 2002, S. 149
- [42] URL: [http://cfssyria.org/CFS/index.php?option=com\\_content&task=view&id=35](http://cfssyria.org/CFS/index.php?option=com_content&task=view&id=35) (2007-03-16)
- [43] Eine Studie, die durch die generale Institution für syrische Eisenbahn vorbereitet ist, Aleppo, Syrien, 2004
- [44] Eine Studie, die durch die generale Institution für syrische Eisenbahn vorbereitet ist, Aleppo, Syrien, 2003
- [45] Committee on definitions, marketing definition (Chicago: Amrican marketing Association) 1960, S. 15
- [46] Edmond Jerome, Mc Carthy: Basic Marketing: A managerial approach. Irwin, Fourth edition, 1971, S. 19
- [47] William, Stanton: Fundamentals of marketing. Mc Graww - Hill Comp, 1971, S. 4

- [48] Buzzell, Robert D.; Nourse, Robert E.M.; Mathews, Hohn B.; Levitt, Theadore: Marketing, a Contemporary analysis. Second edidion, Mc Graww-Hill, 1972, S. 21
- [49] Corman, Uhi: Phillips Marketing-Prenciples and methods. Seventh edition, Irwin 1973, S. 7
- [50] Rosenberg, Larz J.: Marketing. Prentice-Hall, Inc., 1977, S. 6
- [51] Alsaed, Ismaiel: Marketing. Aleskandaria Universität, Ägypten, 1999, S. 41
- [52] Al-Ashkar, Feras; Naser, Mouhamed: Marketing Role in Activating Railway in the Syrian Arab Republic.Tischreen University Journal for Studies and Scientific Research –Economic and Legal Science Series. Vol. 27, No. 3, 2005, S. 169-182
- [53] Schiffman, G. Leon; Leslie, Lazar Kanuk: Consumer Behavior. 3rd Ed, (Englewood cliffs, N.): Prentice-Hall, Inc., 1987
- [54] Alsaed, Ismaiel: Marketing. Aleskandaria Universität, Ägypten, 1999, S. 56
- [55] Daaboul M., Saher M.: Grundlagen des Dienstleistungsmarketings. Damaskus, Syrien, 2003
- [56] Eugene J., Kelly: Marketing Planning and Competition strategy. Prentice-hall, Inc., 1972, S. 85
- [57] Obaidat M., Ibrahiem: Grundlagen des Marketing. 3. Aufl., Amman, Jordanien, 1990, S. 175
- [58] Ebd., 178-186
- [59] Ebd., 243
- [60] Edward L., Brink; William J. Kelley: The management of Promotion. Prentice-Hall, Inc., 1963, S. 6

- [61] American Marketing Association: Definition of conference committee report, The Journal of Marketing, Vol. XII, No.1, 1948, S. 205
- [62] Raschid A., Ahmed: der Absatz. Verlag, Alnahdah alarabeia, Beirut, 1981, S. 46-47
- [63] Kheiraldien, Hassan M.: Wissenschaftliche Grundlagen des Absatz. Verlag, Ain chmes, Ägypten, 1976, S. 38
- [64] Kotler, Phillip: Marketing Management-analysis, Planning and Control. Prentice-Hall, Inc., 3d, 1976, S. 358
- [65] Abed A., Mouhamed S.: Marketing. Verlag, Alnahdah alarabeia, Aleskandaria, Ägypten, 1983, S. 473
- [66] URL:<http://www.handelsblatt.com/archiv/bahn-will-billigfliegern-entgegentreten;565297> (2007-06-20)
- [67] Neue Preise, großes Chaos? In Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 27. Oktober 2002
- [68] URL: <http://historische-wertpapiere.net/ycom142.htm> (2007-06-25)
- [69] Der günstigste Weg an Ihr Reiseziel - die Normal- und Sparpreise der Bahn.  
URL:<http://www.deutschebahn.com/site/bahn/de/reisen/fahrkarten/normalsparpreise/normalsparpreise.html> (2007-08-17)
- [70] URL: <http://www.bahn.de/p/view/preise/basisangebote/sparpreise.shtml> (2007-09-06)
- [71] URL: [http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/bahncard\\_aid\\_145587.html](http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/bahncard_aid_145587.html)  
(2007-11-27)
- [72] URL: <http://www.bahn.de/p/view/preise/basisangebote/sparpreise.shtml> (2007-09-05)
- [73] URL: <http://www.bcdtravel.de/go/id/hmr/> (2007-11-18)

- [74] URL: <http://www.ticket-mitfahrer.de>. (2207-08-23)
  
- [75] URL:[http://www.augsburger-allgemeine.de/Home/Nachrichten/Wirtschaft/Artikel,-Bahn-verkauft-mehr-Bahncards-\\_arid,1160545\\_regid,2\\_puid,2\\_pageid,4557.html](http://www.augsburger-allgemeine.de/Home/Nachrichten/Wirtschaft/Artikel,-Bahn-verkauft-mehr-Bahncards-_arid,1160545_regid,2_puid,2_pageid,4557.html)  
(2008-02-10)
  
- [76] Bahn baut Funktionen der Bahncard aus. 2007  
URL:<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,519967,00.html> (2007-12-03)
  
- [77] Bahn baut Funktionen der Bahncard aus. 2007  
URL:<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,519967,00.html> (2007-12-03)
  
- [78] Meldung Neue Rekorde bei der Bahn. In: mobil. April 2008, S. 55.
  
- [79] Ebd., 55
  
- [80] Bahn baut Funktionen der Bahncard aus. 2007  
URL:<http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,519967,00.html> (2007-12-03)
  
- [81] Bahn führt Billigtarif ein - Fahrscheine für 29 bis 69 Euro. 2007  
URL:[http://www.monstersandcritics.de/artikel/200723/article\\_7665.php/Bahn-f%C3%BChrt-Billigtarif-ein-Fahrscheine-f%C3%BCr-29-bis-69-Euro](http://www.monstersandcritics.de/artikel/200723/article_7665.php/Bahn-f%C3%BChrt-Billigtarif-ein-Fahrscheine-f%C3%BCr-29-bis-69-Euro) (2007-07-23)
  
- [82] URL: [http://www.ticketinfo.ch/news/news\\_n2004.html](http://www.ticketinfo.ch/news/news_n2004.html). (2007-07-11)
  
- [83] URL: <http://www.faz.net/s/Rub02DBAA63F9EB43CEB421272A670A685C/Doc~E478C7D72CE094F9CB4E6074FD2918E73~ATpl~Ecommon~Scontent.html>  
(2007-10-08)
  
- [84] URL: <http://www.stern.de/wirtschaft/geld/:Bahnfahrer-So/522419.html>. (2007-10-09)
  
- [85] URL: [http://www.bahn.de/p/view/home/newsletter/32\\_nl67.shtml](http://www.bahn.de/p/view/home/newsletter/32_nl67.shtml). (2007-10-17)
  
- [86] Viermillionster BahnCard-Kunde 2008. In: DB Welt, Ausgabe November 2007, S. 7

- [87] Michael, Ilg: Werbung der DB AG heute. In: DB Museum (Hrsg.): Go easy Go Bahn. Nürnberg 2008, S. 190–200.
- [88] URL: [http://www.ticketinfo.ch/news/news\\_i2006.html](http://www.ticketinfo.ch/news/news_i2006.html). (2007-07-11)
- [89] Viermillionster BahnCard-Kunde 2008. In: DB Welt, Ausgabe November 2007, S. 7
- [90] URL: <http://stadtleben.de/deutschland/branchen/neuigkeiten/2007/10/09/umwelt-bahncard-fuer-25-euro-25-wochen-lang-25-prozent-rabatt/>. (2007-11-03)
- [91] Deutsche Bahn AG: Mit der Deutschen Bahn zur Fußball-Europameisterschaft. Presseinformation vom 18. März 2008
- [92] URL: [http://www.bahn.de/hilfe/view/mdb/pv/pdf/agb/MDB21350befoerd\\_beding\\_060306.pdf](http://www.bahn.de/hilfe/view/mdb/pv/pdf/agb/MDB21350befoerd_beding_060306.pdf) (2008-02-08)
- [93] Schneider, Helmut: Preismanagement im Dienstleistungsbereich - das neue Preissystem der DB AG. S. 272, In: List-Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 29. Jg., H. 3, 2003, S. 268-283
- [94] <http://www.dailynet.de/TourismusReisen/17215.php> (2008-07-15)
- [95] URL: <http://www.oepnv-info.de/freifahrt/liste.php?id=99> (2008-02-09)
- [96] URL: [http://www.bahn.de/regional/view/bundesweit/bahnregional/freizeit/schoenes\\_wochenende\\_ticket.shtml](http://www.bahn.de/regional/view/bundesweit/bahnregional/freizeit/schoenes_wochenende_ticket.shtml) (2007-11-03)
- [97] Sachsen-Ticket gilt ab 1. November in allen Verkehrsmitteln des VMS, 2007  
URL: <http://www.bahninfo.de/artikel/6514/> (2007-11-15)
- [98] Bahn baut Funktionen der Bahncard aus. 2007  
URL: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,519967,00.html> (2007-12-03)



- [99] DB Infrastruktur Netz: Trassenpreissystem der DB Netz AG, Stand August 2008  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/sonstige/db\\_\\_netz\\_\\_trassenpreisbroschuere\\_\\_2009.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/sonstige/db__netz__trassenpreisbroschuere__2009.pdf) (2009-02-10)
- [100] DB Infrastruktur Netz: Produkte Trassen Modulares Trassenpreissystem.  
Stand Februar 2005  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/trasse/trasse\\_\\_trassenpreissystem20051211.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/trasse/trasse__trassenpreissystem20051211.pdf) (2009-02-15)
- [101] DB Infrastruktur Netz: Trassenpreissystem der DB Netz AG. Stand August 2008  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/sonstige/db\\_\\_netz\\_\\_trassenpreisbroschuere\\_\\_2009.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/sonstige/db__netz__trassenpreisbroschuere__2009.pdf) (2009-02-10)
- [102] DB Infrastruktur Netz: Trassenpreissystem der DB Netz AG. Stand Mai 2006  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/sonstige/db\\_\\_netz\\_\\_trassenpreisbroschuere.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/infomaterial/sonstige/db__netz__trassenpreisbroschuere.pdf) (2009-02-23)
- [103] Trassenpreissystem, Liste der Entgelte der DB Netz AG 2009 für Trassen
- [104] Die DB im Wettbewerb: Schiene im Verbund der Verkehrsträger stärken, Januar 2009, S. 3  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/positionspapiere/positionspapier\\_\\_schiene\\_\\_im\\_\\_verbund.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/positionspapiere/positionspapier__schiene__im__verbund.pdf) (2009-03-06)
- [105] Privatisierungsvarianten der Deutschen Bahn AG „mit-und-ohne-Netz“ 2006, S. 172  
URL:[http://www.bmvbs.de/Anlage/original\\_952625/Gutachten-Privatisierungsvarianten-der-Deutschen-Bahn-AG-mit-und-ohne-Netz-\\_Maerz-2006.pdf](http://www.bmvbs.de/Anlage/original_952625/Gutachten-Privatisierungsvarianten-der-Deutschen-Bahn-AG-mit-und-ohne-Netz-_Maerz-2006.pdf)  
(2008-06-18)
- [106] Ebd., 174

- [107] Eisenkopf, Alexander: des Zukunft und Finanzierung Bahnverkehrs in Deutschland. 2005  
URL:[http://www.zeppelin-university.de/deutsch/aktuelles\\_presse/aktuelles/BAG-SPNV\\_011205\\_Vortragsmanuskript\\_Eisenkopf.pdf](http://www.zeppelin-university.de/deutsch/aktuelles_presse/aktuelles/BAG-SPNV_011205_Vortragsmanuskript_Eisenkopf.pdf) (2008-06-24)
- [108] Privatisierungsvarianten der Deutschen bahn AG „mit-und-ohne-Netz“ 2006, S. 176  
URL:[http://www.bmvbs.de/Anlage/original\\_952625/Gutachten-Privatisierungsvarianten-der-Deutschen-Bahn-AG-mit-und-ohne-Netz-\\_Maerz-2006.pdf](http://www.bmvbs.de/Anlage/original_952625/Gutachten-Privatisierungsvarianten-der-Deutschen-Bahn-AG-mit-und-ohne-Netz-_Maerz-2006.pdf)  
(2008-06-18)
- [109] Ebd., 182
- [110] Basedow, Jürgen; Aldag, Jörn; Haucap, Justus; Preusker, Peter M.; Trebitsch, Katharina M.: Wettbewerbs- und Regulierungsversuche im Eisenbahnverkehr. April 2007, S. 53  
URL:[http://www.monopolkommission.de/sg\\_48/text\\_s48.pdf](http://www.monopolkommission.de/sg_48/text_s48.pdf) (2008-11-08)
- [111] Die DB im Wettbewerb: Schiene im Verbund der Verkehrsträger stärken, Januar 2009, S. 3  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/positionspapiere/positionspapier\\_\\_schiene\\_\\_im\\_\\_verbund.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/positionspapiere/positionspapier__schiene__im__verbund.pdf) (2009-03-06)
- [112] Wettbewerbs- und Regulierungsversuche im Eisenbahnverkehr, April 2007, S. 55  
URL:[http://www.monopolkommission.de/sg\\_48/text\\_s48.pdf](http://www.monopolkommission.de/sg_48/text_s48.pdf) (2008-09-21)
- [113] Wettbewerbsbericht 2008: Schienengüterverkehr wächst weiter kräftig, S. 10  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/berichte/wettbewerb\\_sbericht\\_\\_2008.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/berichte/wettbewerb_sbericht__2008.pdf) (2009-02-08)
- [114] URL: [http://www.deutschebahn.com/site/bahn/de/unternehmen/konzernprofil/basisinformation/zahlen\\_\\_fakten/zahlen\\_\\_fakten.html](http://www.deutschebahn.com/site/bahn/de/unternehmen/konzernprofil/basisinformation/zahlen__fakten/zahlen__fakten.html) (2009-05-02)

- [115] URL:<http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/Verkehr/VerkehrsmittelbestandInfrastruktur/Tabellen/Content75/Fahrzeugbestand,templateId=renderPrint.psml> (2009-03-10)
- [116] Volker, Matthews: Bahnbau. 7. Aufl. 2007, S. 11  
URL:[http://books.google.de/books?id=p\\_3daOVuFsgC&pg=PA11&lpg=PA11&dq=betriebsl%C3%A4nge+DB&source=bl&ots=GhvIJodJIT&sig=5amBMzFfeWa2HjenT17-g-fgPoA&hl=de&ei=FWANSrWYIYuqsAbQnP2RCA&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=5#PPA11,M1](http://books.google.de/books?id=p_3daOVuFsgC&pg=PA11&lpg=PA11&dq=betriebsl%C3%A4nge+DB&source=bl&ots=GhvIJodJIT&sig=5amBMzFfeWa2HjenT17-g-fgPoA&hl=de&ei=FWANSrWYIYuqsAbQnP2RCA&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=5#PPA11,M1) (2009-01-16)
- [117] URL: [http://www.bahn.de/p/view/planen/bahncorporate/1\\_klasse\\_01.shtml](http://www.bahn.de/p/view/planen/bahncorporate/1_klasse_01.shtml) (2006-04-16)
- [118] URL: <http://www.bahn.de/p/view/mobilitaet/zug/monatsaktion.shtml> (2006-04-23)
- [119] URL: [http://www.bahn.de/p/view/mobilitaet/bahnhof/db\\_lounge.shtml](http://www.bahn.de/p/view/mobilitaet/bahnhof/db_lounge.shtml) (2006-05-12)
- [120] URL: <http://www.bahn.de/p/view/preise/bahnbonus/bahnbonus.shtml> (2006-05-27)
- [121] URL: [http://www.bahn.de/p/view/planen/reiseplanung/mobileservices/handy\\_ticket.shtml](http://www.bahn.de/p/view/planen/reiseplanung/mobileservices/handy_ticket.shtml) (2006-06-19)
- [122] URL: [http://www.bahn.de/p/view/bahncard/ueberblick/carsharing\\_callabike.shtml](http://www.bahn.de/p/view/bahncard/ueberblick/carsharing_callabike.shtml) (2006-07-10)
- [123] Deutsche Bahn im Zukunft Zahlen, Daten, Fakten.  
URL:[http://www.econsense.de/\\_CSR\\_MITGLIEDER/\\_CSR\\_NACHHALTIGKEITSBERICHTERICHTE/images/Deutsche\\_Bahn/DB\\_Zahlen\\_Daten\\_Fakten.pdf](http://www.econsense.de/_CSR_MITGLIEDER/_CSR_NACHHALTIGKEITSBERICHTERICHTE/images/Deutsche_Bahn/DB_Zahlen_Daten_Fakten.pdf) (2008-11-14)
- [124] URL: <http://www.bahn.de/p/view/home/familie/familie.shtml> (2006-07-25)
- [125] URL: [http://www.bahn.de/p/view/mobilitaet/vor\\_der\\_reise/kids\\_on\\_tour.shtml](http://www.bahn.de/p/view/mobilitaet/vor_der_reise/kids_on_tour.shtml) (2006-08-07)

- [126] Linder, Ulrich: Optimierung von Fahrweisen im spurgeführten Verkehr und deren Umsetzung. 2004, S. 7  
URL: [http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=971368368&dok\\_var=d1&dok\\_ext=pdf&filename=971368368.pdf](http://deposit.d-nb.de/cgi-bin/dokserv?idn=971368368&dok_var=d1&dok_ext=pdf&filename=971368368.pdf)  
(2008-12-06)
- [127] Pünktlichkeit der Deutschen Bahn, Freizeit + verkehr: Anschluss verpasst. test 9/2001, S. 72  
URL: <http://www.test.de/filestore/t200109069.pdf?path=/protected/b1/31/ceaf56ca-b04b-4230-973f-6907bd31c82a-protectedfile.pdf&key=6F202F600D4AF1AA39F43D176ADC6B029796F816>.
- [128] Pünktlichkeit der Deutschen Bahn, Freizeit + verkehr: Geheimnis gelüftet. test 2/2008, S. 79-80  
URL: <http://www.test.de/filestore/t200802078.pdf?path=/protected/d6/4a/d6cb7993-cb81-443e-a3a7-375765939900-protectedfile.pdf&key=046689CA1CBB6EE1633206F1794DFF87876115E3>  
(2009-01-13)
- [129] URL: <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/0,1518,530639,00.html> (2008-02-07)
- [130] URL: [http://reisen.ciao.de/DB\\_allgemein\\_\\_106164](http://reisen.ciao.de/DB_allgemein__106164) (2008-0803)
- [131] Pünktlichkeit der Deutschen Bahn, Freizeit + verkehr: Anschluss verpasst. test 9/2001, S. 73  
URL: <http://www.test.de/filestore/t200109069.pdf?path=/protected/b1/31/ceaf56ca-b04b-4230-973f-6907bd31c82a-protectedfile.pdf&key=6F202F600D4AF1AA39F43D176ADC6B029796F816>  
(2008-07-24)
- [132] URL: <http://www.mehrbahnen.de/news.php3?id=977> (2008-04-08)

- [133] Pünktlichkeit der Deutschen Bahn, Freizeit + verkehr: Anschluss verpasst. test 9/2001, S. 73  
URL:<http://www.test.de/filestore/t200109069.pdf?path=/protected/b1/31/ceaf56ca-b04b-4230-973f-6907bd31c82a-protectedfile.pdf&key=6F202F600D4AF1AA39F43D176ADC6B029796F816>.  
(2008-07-24)
- [134] Pünktlichkeit der Deutschen Bahn, Freizeit + verkehr: Geheimnis gelüftet. test 2/2008, S. 80  
URL:<http://www.test.de/filestore/t200802078.pdf?path=/protected/d6/4a/d6cb7993-cb81-443e-a3a7-375765939900-protectedfile.pdf&key=046689CA1CBB6EE1633206F1794DFF87876115E3>  
(2009-01-13)
- [135] URL: <http://www.avv.de/de/ressorts/service/puenktlichkeitsgarantie/> (2009-02-11)
- [136] URL: <http://www.bahn.de/regional/view/schholst/bahnregional/info/erstattung.shtml>  
(2009-02-10)
- [137] URL:<http://www.bahn.de/regional/view/bayern/bahnregional/info/fahrgastrechte.shtml>  
(2009-02-13)
- [138] URL:<http://www.bahn.de/regional/view/sachsen/bahnregional/info/fahrgastrechte.shtml> (2009-02-15)
- [139] Die DB im Wettbewerb: Schiene im Verbund der Verkehrsträger stärken. 2009, S. 8  
URL:[http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/positionspapiere/positionspapier\\_\\_schiene\\_\\_im\\_\\_verbund.pdf](http://www.deutschebahn.com/site/shared/de/dateianhaenge/positionspapiere/positionspapier__schiene__im__verbund.pdf) (2009-02-22)

## **Literaturverzeichnis**

**Abed A.**, Mouhamed S.: Marketing. Verlag, Alnahdah alarabeia, Ägypten, 1983

**Achim**, Bühl; Peter, Zöfel: SPSS Version 10. Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows.

**Al-Ashkar**, Feras; Naser, Mouhamed: Marketing Role in Activating Railway in the Syrian Arab Republic. 2005

**Alsaed**, Ismaiel: Marketing. Aleskandaria Universität, Ägypten, 1999

American Marketing Association: Definition of conference committee report, The Gornal of Marketing, Vol. XII, No.1, 1948

Aufgrund des Art. 7 der Weimarer Reichsverfassung war die Gesetzgebung für den Verkehr mit Kraftfahrzeugen von Anbeginn an dem Reich vorbehalten.

**Borscheid**, Peter: LKW kontra Bahn, in: Neimann / Hermann (Hrsg.): die Entwicklung der Motorisierung im Deutschen Reich und den Nachfolgestaaten 1955

Bahn baut Funktionen der Bahncard aus. 2007

Bahn führt Billigtarif ein - Fahrscheine für 29 bis 69 Euro. 2007

**Basedow**, Jürgen; Aldag, Jörn; Haucap, Justus; Preusker, Peter M.; Trebitsch, Katharina M.: Wettbewerbs- und Regulierungsversuche im Eisenbahnverkehr. April 2007

**Buzzell**, Robert D.; Nourse, Robert E.M.; Mathews, Hohn B.; Levitt, Theadore: Marketing, a Contemporary analysis. Second edition, Mc Graww-Hill, 1972

**Gall**, Lothar; Pohl, Manfred: Die Eisenbahn in Deutschland: von Anfängen bis zur Gegenwart. 1999

Committee on definitions, marketing definition (Chicago: American marketing Association) 1960

**Corman, Uhi:** Phillips Marketing-Prenciples and methods. Seventh edition, Irwin 1973

**Daaboul M.,** Saher Mouhamed A.: Grundlagen des Dienstleistungsmarketings. Syrien, 2003

Das am 26.8.1925 erlassene Kraftfahrtliniengesetz übernahm die Bestimmung von 1919, verzichtete aber – wie schon die Verordnung von 1919 auf eine eindeutige Klärung des Begriffes „Kraftfahrtlinien“.

Das Bruttosozialprodukt wuchs jährlich real von 1950 bis 1959 um 7,95 %, von 1960 bis 1969 um 4,45 %, von 1970 bis 1979 um 2,74 % und von 1980 bis 1989 um 1,89 %.

DB Infrastruktur Netz: Produkte Trassen Modulares Trassenpreissystem Stand Februar 2005

DB Infrastruktur Netz: Trassenpreissystem der DB Netz AG, Stand August 2008

DB Infrastruktur Netz: Trassenpreissystem der DB Netz AG. Stand Mai 2006

Der günstigste Weg an Ihr Reiseziel - die Normal- und Sparpreise der Bahn.

Deutsche Bahn AG: Mit der Deutschen Bahn zur Fußball-Europameisterschaft. Presseinformation vom 18. März 2008

Die DB im Wettbewerb: Schiene im Verbund der Verkehrsträger stärken, Januar 2009

Deutsche Bahn im Zukunft Zahlen, Daten, Fakten. 2008

Die Konkurrenz für den Zentralbahnhof zu Frankfurt am Main, in: Wochenblatt für Architekten und Ingenieure, 1881

**Edmond J.,** Mc Carthy: Basic Marketing: A managerial approach. Irwin, Fourth edition, 1971

**Edward L.**, Brink; William J. Kelley: The management of Promotion. Prentice-Hall, Inc., 1963

Einige Studien, die durch die generale Institution für syrische Eisenbahn vorbereitet ist, Syrien, 2003-2004

Eisenbahn und Kraftwagen. Denkschrift des Studienausschusses beim deutschen Industrie- und Handelstag, März 1930

**Eisenkopf**, Alexander: des Zukunft und Finanzierung Bahnverkehrs in Deutschland. 2005

**Eugene J.**, Kelly: Marketing Planning and Competition strategy. Prentice-hall, Inc., 1972

Fremdling, Rainer; Fremdspiel, Ruth; Kunz, Andreas (Hrsg.): Statistik der Eisenbahnen in Deutschland. 1835-1989. St. Katharinen, 1995

**Hammer**, Karl-Heinrich: der deutsche Eisebbahn- und Kraftwagenverkehr. Entwicklung und Krisen seit dem Ersten Weltkrieg und die Zukunftsaufgaben der deutschen Verkehrspolitik. 1951

Informationsbroschüre der Syrischbahngesellschaft, Eigenverlag, Aleppo, 2002 – 2004

**Kheiraldien**, Hassan M.: Wissenschaftliche Grundlagen des Absatz. Verlag, Ain chmes, Ägypten, 1976

**Kotler**, Phillip: Marketing Management-analysis, Planning and Control. Prentice-Hall, Inc., 3d, 1976

**Linder**, Ulrich: Optimierung von Fahrweisen im spurgeführten Verkehr und deren Umsetzung. 2004

**Maarof**, Haidar: Der binnenländische und ausländische Landtransport und die Steigerung seiner Aktivität im touristischen Marketing in Syrien. Magisterarbeit, Syrien 2002



Meldung Neue Rekorde bei der Bahn. In: mobil. April 2008

**Michael**, Ilg: Werbung der DB AG heute. In: DB Museum (Hrsg.): Go easy Go Bahn. Nürnberg 2008

Neue Preise, großes Chaos? In Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung vom 27. Oktober 2002

**Müller**, Konrad A.: Wechselbeziehungen zwischen Verkehrspolitik, Verkehrswirtschaft und Allgemeinwirtschaft. 1931

**Obaidat M.**, Ibrahiem: Grundlagen des Marketing. 3. Aufl., Amman, Jordanien, 1990

Präsidentenkonferenz am 18/19. 08 1949, prot., DB Museum

Privatisierungsvarianten der Deutschen Bahn AG „mit-und-ohne-Netz“, 2006

Pünktlichkeit der Deutschen Bahn, Freizeit + Verkehr: Anschluss verpasst. test 9/2001

Pünktlichkeit der Deutschen Bahn, Freizeit + Verkehr: Geheimnis gelüftet. test 2/2008

**Radkau**, Joachim: Technik im Temporauch der Jahrhundertwende. In: Moderne Zeiten Technik und Zeitgeist im 19 und 20 Jahrhundert. Hrsg. von Michael Salewski / Ilona Stölken-Fitschen, Stuttgart, 1994

**Raschied A.**, Ahmed: der Absatz. Verlag, Alnahdah alarabeia, Beirut, 1981

**Rosenberg**, Larz J.: Marketing. Prentice-Hall, Inc., 1977

**Sabounie**, Murhaf: Transportmagazin. No. 2, Syrien, 2003

Sachsen-Ticket gilt ab 1. November in allen Verkehrsmitteln des VMS, 2007

**Schiffman**, G. Leon; Leslie, Lazar Kanuk: Consumer Behavior. 3rd Ed, (Englewood cliffs, N.): Prentice-Hall, Inc., 1987

**Schneider**, Helmut: Preismanagement im Dienstleistungsbereich - das neue Preissystem der DB AG. S. 272, In: List-Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 29. Jg., H. 3, 2003

**Schumacher**, Oliver: DB- Konzern- 10Jahre DB AG, Positive Bilanz nach hartem Reformkurs - Bahnreform entlastet Steuerzahler - Bahn ist größter Investor in Deutschland - Auf dem Weg zum führenden internationalen Mobilitäts- und Logistikdienstleister. 2006

**Tiffe**, Georg: Geschichte des deutschen Lokomotivbaus. Berlin, 1985

Trassenpreissystem, Liste der Entgelte der DB Netz AG 2009 für Trassen

Vermerk der Planung, Finanzen und Investitionen des Mtv an Staatssekretär Wollweber vom 05. 01. 1952 (streng vertraulich!), BAB, DM-1/1378. Zahlen für die DB nach: die Bundesbahn 1(1951), vorl. Jahresrückblick 1950

Viermillionster BahnCard-Kunde 2008. In: DB Welt, Ausgabe November 2007

Volker, Matthews: Bahnbau. 7. Aufl. 2007

Wettbewerbsbericht 2008: Schienengüterverkehr wächst weiter kräftig

Wettbewerbs- und Regulierungsversuche im Eisenbahnverkehr, April 2007

**William**, Stanton: Fundamentals of marketing. Mc Graww - Hill Comp, 1971

**Zarour**, Jandab: Eisenbahnbau 1. Universität Tischreen, Lattakia, 1993

**Zarour**, Jandab: Die Syrische Eisenbahn- Vergangenheit- Gegenwart- Zukunft. El-Eisenbahningenieur(65), 2005

**Zessin**, Gerhard: Die Straße und ihre Bedeutungswandel seit dem Aufkommen des Automobils. 1935

Anmerkung: Internetverweise sind in den Endnoten enthalten.

# Anhang

## Fragebogen

Der Fragebogen dient einer wissenschaftlichen Arbeit an der Technischen Universität Berlin Fachgebiet für Wirtschafts- und Infrastrukturpolitik (WIP), zur Erlangung des Doktorgrades der Wirtschaftswissenschaften (des Eisenbahnvertriebs bzw. -marketings).

Dieser Fragebogen wird an die syrischen Eisenbahnangestellten verteilt.

Diese können je Frage eine zutreffende Antwort ankreuzen.

### 1 Das Alter des Angestellten:

- ☐ weniger als 30 Jahre
- ☐ 30 - 50 Jahre
- ☐ älter als 50 Jahre

### 2 Das monatliche Einkommen des Angestellten:

- ☐ weniger als 5000 SP
- ☐ 5000-10000 SP
- ☐ mehr als 10000 SP

### 3 Geschlecht des Angestellten:

- ☐ männlich
- ☐ weiblich

### 4 Wie bewerten Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis der syrischen Eisenbahn?

#### a) Personentransport:

- ☐ günstig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ teuer

**b) Gütertransport:**

- ☐ günstig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ teuer

**5 Wie bewerten Sie den Beförderungspreis der syrischen Eisenbahn im Vergleich zum Straßenverkehr?**

**a) Personentransport:**

- ☐ günstig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ teuer

**b) Gütertransport:**

- ☐ günstig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ teuer

**6 Bei der syrischen Eisenbahn gibt es zwei Klassen von Personenwagen:**

**a) Wie beurteilen Sie den Unterschied im Service dieser beiden Klassen?**

- ☐ kein Unterschied
- ☐ geringer Unterschied
- ☐ deutlicher Unterschied

**b) Wie beurteilen Sie den Unterschied im Preis dieser beiden Klassen?**

- ☐ geringer Unterschied
- ☐ deutlicher Unterschied

**c) Wie bewerten Sie das Preis-Leistungs-Verhältnis in den verschiedenen Klassen?**

**Erste Klasse:**

- ☐ günstig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ teuer

**Zweite Klasse:**

- ☐ günstig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ teuer

**d) Hat die Aufteilung in zwei Klassen einen Einfluss auf die Passagierzahlen?**

- ☐ kein Einfluss
- ☐ geringer Einfluss
- ☐ deutlicher Einfluss

**7 Macht die syrische Eisenbahn Reklame für Ihre Dienstleistungen?**

- ☐ keine Reklame
- ☐ wenig Reklame
- ☐ umfassende Reklame

**8 Hat die Reklame zu steigenden Passagierzahlen und Gütermengen geführt?**

**a) Passagierzahlen:**

- ☐ keine Steigerung
- ☐ geringe Steigerung
- ☐ deutliche Steigerung

**a) Gütermengen:**

- ☐ keine Steigerung
- ☐ geringe Steigerung
- ☐ deutliche Steigerung

**9 Entspricht die Reklame für den Service der syrischen Eisenbahn der Wahrheit? (z. B. Ankunfts- und Abfahrtszeiten)**

- ☐ kein Wahrheitswert
- ☐ geringer Wahrheitswert
- ☐ großer Wahrheitswert

**10 Wie finden Sie das Reservierungssystem der syrischen Eisenbahn?**

- ☐ altmodisch
- ☐ durchschnittlich
- ☐ modern

**11 Gibt es genügend Reservierungsbüros der syrischen Eisenbahn?**

- ☐ ja
- ☐ nein

**12 Ist die Anzahl der Bahnhöfe ausreichend?**

- ☐ nicht ausreichend
- ☐ ausreichend

**13 Verfügt die syrische Eisenbahnbahn über zusätzliche Verkehrsmittel, mit denen die Passagiere die Stadtzentren erreichen können?**

- ☐ nicht verfügbar
- ☐ verfügbar in einigen Orten
- ☐ verfügbar in allen Orten

**14 Gibt es Einrichtungen ausreichend wie Restaurants, Geschäfte oder Caffees in den Bahnhöfen?**

- ☐ zu wenig
- ☐ ausreichend
- ☐ zu viel

**15 Wie finden Sie die Geschwindigkeit der syrischen Eisenbahn?**

- ☐ langsam
- ☐ durchschnittlich
- ☐ schnell

**16 Wie finden Sie die Verlässlichkeit der syrischen Eisenbahn?**

- ☐ niedrig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ hoch

**17 Wie finden Sie die Pünktlichkeit der syrischen Eisenbahn?**

- ☐ niedrig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ hoch

**18 Wie finden Sie den Komfort der syrischen Eisenbahn?**

- ☐ niedrig
- ☐ durchschnittlich
- ☐ hoch



**19 Ist die syrische Eisenbahn auf hohe Geschwindigkeiten ausgerichtet?**

- ☐ nein
- ☐ teilweise
- ☐ ja

**20 Welches Verkehrsmittel bevorzugen Sie aktuell in Syrien zur Beförderung?**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Bus
- ☐ keine Bevorzugung

**21 Wie kann die Eisenbahn aktuell mit dem Straßenverkehr konkurrieren?**

- ☐ über dem Preis
- ☐ über dem Service
- ☐ über Preis und Service
- ☐ Sie kann nicht konkurrieren

**22 Welches Verkehrsmittel ist in den folgenden Kriterien konkurrenzfähiger?**

**Personentransport**

**a) Preis:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**b) Service:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**c) Sicherheit:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**d) Geschwindigkeit:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**Gütertransport**

**a) Preis:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**b) Service:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**c) Sicherheit:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**d) Geschwindigkeit:**

- ☐ Eisenbahn
- ☐ Straßenverkehr

**23 Was ist besser für die syrische Eisenbahn?**

- ☐ verstaatlicht zu bleiben
- ☐ privatisiert zu werden
- ☐ gemeinsames Eigentum von Staat und Wirtschaft

**24 Wie wirken sich gesetzliche Verordnungen auf die Entwicklung der syrischen Eisenbahn aus?**

- ☐ negativ
- ☐ neutral
- ☐ positiv

**25 Verfügt die syrische Eisenbahn über ein Streckenüberwachungssystem?**

- ☐ nein
- ☐ unzureichendes Streckenüberwachungssystem
- ☐ ja

**26 Haben Sie weitere Anregungen oder Anmerkungen zum Entwicklung im syrischen Eisenbahnmarketing?**

---

---

---

---

---

Vielen Dank für Ihre Hilfe!

## **Danksagung**

Bei meinen Doktorvater, Herr Prof. Dr. Kay Mitusch bedanke ich mich herzlich für die wissenschaftliche Betreuung. Seine stetige Hilfe und Motivation waren die Grundlage für die Bearbeitung des Themas.

Herr Prof. Dr. Ing. habil. Jürgen Siegmann gebührt mein Dank für die jederzeitige Unterstützung, engagierte Hilfe und wissenschaftliche Anmerkungen.

Des Weiteren gilt mein Dank Prof. Dr. Achim I. Czerny und Frau Römer für ihre stetige Hilfsbereitschaft und Geduld bei meiner Fragestellungen.

Meine Freunde Dipl.-Ing. Ali Khatoun und Dr. Khaled Hammoud danke ich herzlich für ihre Motivation und Hilfsbereitschaft.

Bei allen Mitarbeitern der TU Berlin- WIP bedanke ich mich ganz herzlich.

Meinen Eltern, die mir ermöglichten, diesen Weg zu gehen, möchte ich von ganzen Herzen danken.

Letztlich möchte ich mich bei meiner Frau Zainab und meinem Sohn Hassan sehr herzlich bedanken für ihre Unterstützung, Geduld und Toleranz meiner Besetzung während meiner Dissertationsvorbereitung.